

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นางสาวกัลยารัฐ พนานุรักษ์สกุล

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. รุติกุล ไชยวรรณ

วันที่อนุมัติผลงาน : มีนาคม 2552

จำนวนหน้า : 76 หน้า

คำสำคัญ : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาด

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง“พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรหรือประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) จำนวนตัวอย่าง 246 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยซื้อหนังสือพิมพ์ โฟสต์ ทูเดย์ แต่หนังสือพิมพ์ธุรกิจที่ซื้อและอ่านประจำคือ กรุงเทพธุรกิจ โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจคือ นำเสนอข่าวสารเศรษฐกิจที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจเมื่อต้องการอัปเดต

ข้อมูลข่าวสารธุรกิจ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจจากร้านขายหนังสือ/แผงหนังสือทั่วไป เหตุผลที่สมัครเป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เพราะต้องการความสะดวก สาเหตุที่ซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เพราะต้องการอัปเดตข้อมูลทางธุรกิจทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจ โดยปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ธุรกิจคือ ความสะดวกในการหาซื้อ ซึ่งมีพฤติกรรมซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านข่าวเศรษฐกิจโลก การตลาด การเงิน การค้าการลงทุน ท่องเที่ยว-บริการและ ไอที ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์ธุรกิจคือ ทราบเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน มีการค้นหาข้อมูลข่าวสารธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ต และกลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการเพิ่มเติมเนื้อหาข่าวสาร

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญระดับมากคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย แต่ให้ความสำคัญระดับปานกลางในด้านการส่งเสริมการตลาด รายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ เนื้อหาข่าวทันต่อเหตุการณ์ และข่าวที่น่าเสนาหามีความถูกต้องรวดเร็ว

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาจำหน่าย 15-25 บาท

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ซื้อจากร้านขายหนังสือ/แผงหนังสือทั่วไป และซื้อจากร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ประชาสัมพันธ์โดยการสนับสนุนช่วยเหลือสังคมและการโฆษณาทางโทรทัศน์