

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวศิวพร สาธร
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชากภ พันธ์ูแพ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	พฤษภาคม 2555
จำนวนหน้า	65
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ซื้อ นิยายสำนักพิมพ์แจ่มใส

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษารั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรคำนวณ แบบไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน และเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ สถานที่เก็บข้อมูล คือ ร้าน B2S จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาโรบินสัน เชียงใหม่ กาดสวนแก้ว และห้างกลาน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 ค่าสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยค่าสถิติ t-test ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาคำนวณข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 13 – 18 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนและนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 2,000 – 4,000 บาท

ผลการศึกษาคำนวณพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อนิยายแจ่มใสประเภท Jamsai Love Series มากที่สุด ปัจจัยในการเลือกซื้อนิยาย 3 อันดับแรก คือ เนื้อเรื่อง หน้าปก และ ชื่อนักเขียน/นักแปล ซื้อนิยายโดยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้งและซื้อจำนวนครั้งละ 1 เล่ม สาเหตุที่เลือกซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสเพราะเนื้อเรื่องสนุก น่าติดตาม บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิยาย คือ ตัวผู้ซื้อเองและซื้อนิยายในช่วงเวลาใดก็ได้

ผลการศึกษาคำเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายแจ่มใสของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญระดับมากในทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.83 – 4.18 อันประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านเนื้อเรื่องมีความน่าสนใจและสนุกสนาน ความสวยงามของภาพปกและภาพประกอบในหนังสือ และ ชื่อเสียงสำนักพิมพ์ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของร้าน บริเวณกว้างขวาง แสงสว่างพอเพียง อากาศถ่ายเทสะดวกสบายของร้าน และ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการจัดหนังสือนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสให้ห่างของร้าน ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านการมีป้ายราคาติดชัดเจน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในปัจจัยย่อยด้านการลดราคาหนังสือ การแจกของแถม การจัดกิจกรรมเพื่อเพิ่มความเคลื่อนไหวของหนังสือนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสแก่กลุ่มลูกค้า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการส่งจดหมายข่าวแก่ลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยค่าสถิติ t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา สถานที่และส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จำแนกตามลักษณะอาชีพของผู้ซื้อ และพบว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงสำนักพิมพ์ และชื่อเสียงนักเขียน/นักแปล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

0.05 จำแนกตามลักษณะอาชีพของผู้ซื้อ โดยนักเรียนมีค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักศึกษา

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิยายสำนักพิมพ์แจ่มใสของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มประเภทของหนังสือและเนื้อเรื่องให้มีความหลากหลาย ตรวจสอบความเรียบร้อยของการจัดเรียงหน้า การใช้ภาษา ความทนทานของหน้าปก ให้ความสำคัญของภาพหน้าปกและภาพประกอบภายในหนังสือ จัดพิมพ์นิยายออกจำหน่ายเพิ่มเติมและปรับปรุงการเขียนนิยาย ด้านราคาควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับผู้บริโภค ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายควรจัดส่งให้เร็วขึ้นและวางจำหน่ายหนังสือออกใหม่ให้ได้ทั่วถึง และด้านการส่งเสริมการตลาดควรจัดกิจกรรมภายในต่างจังหวัด เพิ่มความหลากหลายของของแถม จัดส่งจดหมายข่าวแก่ผู้บริโภคสม่ำเสมอ และเพิ่มส่วนลดราคามากขึ้น