

52602768 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้บริการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

พระ การค้า : พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือ อำเภอบางใหญ่จังหวัดนนทบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ. ประสพชัย พสุนนท์. 108 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ที่เช่าใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง จากร้านให้เช่าหนังสือจำนวน 20 ร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่แบบ Independent t-test การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนเดียว และการเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือ ส่วนใหญ่รู้จักร้านเช่าหนังสือจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ใช้บริการเพราะค่าเช่าหนังสือไม่แพง มักเลือกหนังสือการ์ตูนชุด ใช้บริการโดยสมัครเป็นสมาชิก ใช้บริการช่วง 16.01-18.00 น. เช่าหนังสือครั้งละ 1-2 เล่ม ใช้บริการตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป เช่าเดือนละมากกว่า 6 ครั้ง เช่าครั้งละ 10-30 บาท อ่านหนังสือมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ อ่านหนังสือครั้งละ 1-2 ชั่วโมง เลือกอ่านหนังสือที่ติดตาม และอ่านหนังสือช่วง 18.01-24.00 น.

2. ลักษณะของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านราคา มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุ ที่แตกต่างกัน มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และลักษณะการอยู่อาศัยที่แตกต่างกัน มีความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

52602768 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : SERVICE USING BEHAVIOR\MARKETING MIX FACTORS

PHIRA KARNKA : CUSTOMER'S BEHAVIOUR TO USE SERVICE OF BOOK RENTAL SHOPS IN BANGYAI DISTRICT, NONTHABURI PROVINCE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST. PROF. PRASOPCHAI PASUNON. 108 pp.

This research aims to 1) study customer behavior to use services of book rental shops in Bangyai District, Nonthaburi Province, and 2) to compare marketing mix factors on services of book rental shops in Bangyai District, Nonthaburi Province. In this research, the samples comprised 400 customers of 20 book rental shops in Bangyai District, Nonthaburi Province. The research tool was the questionnaire on customer behavior to use services of book rental shops and service marketing mix factors. The statistic for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, Independent t-test, One Way ANOVA, and Fisher's Least Significant Difference (LSD).

It was found from the research as follows:

1. In term of behavior to use services of book rental shops, most samples knew the shops from friends or associates, rented books with inexpensive fees, often rent comic book sets, and were shops' members. They used services during 16.01 – 18.00 hrs., rented 1-2 books per time, used services for 3 years or more, and used services 6 times or more per month. Rental fee was 10-30 baht per time. They read books more than 5 times per week, 1-2 hours per time. They read their favorite books. Their reading times were 18.01–24.00 hrs.

2. With regard to service marketing mix factors affecting customer behavior to use services of book rental shops in Bangyai District, Nonthaburi Province, product, physical characteristic, personnel, process and price were at the high level; distribution channel and marketing promotion were at moderate level.

3. Customers of different sexes and ages had indifferent service marketing mix factors. Customers of different statuses, occupations, incomes, educational levels and living conditions had different service marketing mix factors at the significant level of 0.05.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature.....

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสมบูรณ์ รวมทั้งคณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และแนวทางในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการร้านให้เช่าหนังสือ และผู้ใช้บริการร้านให้เช่าหนังสือ ในเขตอำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย เจ้าหน้าที่ห้องสมุด มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้ความสะดวกในการบริการด้านการศึกษา

ท้ายนี้ขอขอบคุณ นางเครือวัลย์ การค้า และ นาวาเอก (พิเศษ) พันศ การค้า ซึ่งเป็นกำลังใจ คอยห่วงใย และให้การสนับสนุนการศึกษามาโดยตลอด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์