

ชื่อภาคนิพนธ์ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นายรัฐพล เทพหัสดิน ณ อยุธยา ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) รศ.ภายณา สรเพ็ชญ์พิสัย 2) ผศ.ดร.รัฐจวน ประวัติเมือง 3) ดร.กานดา ไทพณิชย์ ปีการศึกษา 2552 จำนวน 111 หน้า
คำสำคัญ ปัจจัยการตัดสินใจ บริการ ร้านหนังสือเช่า

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร และ (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ได้จากการเก็บตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ขนาดตัวอย่างมีจำนวน 384 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Tukey

ผลการศึกษา (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ปัจจัย ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคลากร ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (2) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้บริโภค พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศ และอายุที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้านบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2..... 3.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Term paper title: Factors Decisions Making for Useable Services of A Rental Book Shops in Klongsam District Bangkok

Researcher: Mr. Rathapon Dephasadinnaayudhya. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors : 1) Assoc. Prof. Bhasana Soraphetphisai 2) Asst. Prof. Runjuan Prawatmuang 3) Dr.Kanda Taipanich. Academic year: 2009. 111 pp. Keywords: factors decisions making, services, a rental book shops

Abstract

The objectives of this study were (1) to study factors decisions making for useable services of a rental book shops in Klongsam district Bangkok and (2) to comparisons factors in decisions making concerning services provided by rental book shops of customers classified by gender, age, occupation and education. The population consisted of 384 customers obtained by simple random sampling method. The statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and multiple comparisons testing by Turkey's HSD.

The results showed that among all six mix marketing factors concerning decisions for choosing rental bookshops in Klongsam District, Bangkok, four factors found to be highly significant were: product factor, price factor, marketing channel and physical appearance factor and personnel factor, the two factors found to be moderately significant were marketing promotion and service processing factors. In addition, the comparisons of decision making factors showed that gender, educational level, and occupation had significant differences at 0.05. Differences in gender and age significantly affected decisions for choosing rental bookshops in terms of price at 0.05. Gender, age, educational level, occupation and monthly income significantly affected decisions for choosing rental bookshops in terms of channel of marketing promotion and physical factors at 0.05. Gender, educational level, and monthly income significantly affected marketing promotion at 0.05. Gender, age, and occupation significantly affected decisions for choosing rental bookshops in terms of personnel at 0.05. Finally, age, occupation, and monthly income significantly affected decisions for choosing rental bookshops in terms of service processes at 0.05

Student's signature.....

Term paper advisors' signature 1..... 2..... 3.....