

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการซื้อหนังสือผ่านร้านหนังสือออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาซื้อหนังสือผ่านร้านหนังสือออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า

นักศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้มีความต้องการซื้อหนังสือหนังสือผ่านร้านหนังสือออนไลน์ ในหมวดวรรณกรรมมากที่สุด รองลงมา คือ หมวดภาษาศาสตร์ และหมวดบริหารและการจัดการตามลำดับ โดยหนังสือในหมวดวรรณกรรมที่มีความต้องการซื้อมากที่สุด คือ วรรณกรรมเสหา/ข้ามัน/เบาสมอง รองลงมา คือ นวนิยายวัยรุ่น และ ผจญภัยตามลำดับ ส่วนหนังสือในหมวดภาษาศาสตร์ที่มีความต้องการซื้อมากที่สุด คือ ภาษาอังกฤษ รองลงมา คือ การออกเสียงและการอ่าน และ การสนทนา ตามลำดับ สำหรับหนังสือในหมวดบริหารและการจัดการที่มีความต้องการซื้อมากที่สุด คือ สมัครงาน รองลงมา คือ พัฒนาตนเอง และ การบริหารและการจัดการตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาซื้อหนังสือผ่านร้านหนังสือออนไลน์ ที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ในขณะที่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญในระดับมาก

The objectives of this study were to investigate needs for online book purchasing of Maejo University students and factors taken into consideration in online book purchasing. A set of questionnaires was used for data collection administered with 400 student respondents. Obtained data were analyzed for finding frequency, percentage, and mean.

Findings showed that the respondents wanted to purchase literary work through online book shop most and followed by books in linguistics section and administration and management sections, respectively. For the literary work section, the respondents preferred to purchase comedy novel, teenager novel, and adventure novel, respectively. For the linguistics section, the respondents preferred to purchase English book, pronunciation, reading, and conversation books, respectively. For the administration and management section, the respondents preferred to purchase job application, self-development, and administration and management, book respectively. Besides, it was found that price factor was held by the respondents most. Meanwhile, the following factors were held in high level: distribution channel, product and service, market promotion, and environment.