



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสือ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จารุวรรณ เลิกเมือง¹ และธนากร อุษพานิชย์²

¹สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,
e-mail s58123406006@ssru.ac.th

²สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,
e-mail thanakorn.ui@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 392 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.2) ที่มีอายุระหว่าง 20-21 ปี (ร้อยละ 41.8) เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 (ร้อยละ 29.7) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ร้อยละ 32.3) รายได้ 3,000-5,000 บาท/เดือน (ร้อยละ 57.2) นักศึกษาส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือ เฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง หนังสือส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือการ์ตูนและนิยายภาพ (ร้อยละ 37.89) ซึ่งเฉลี่ยการซื้อหนังสือในแต่ละครั้งสรุปได้ว่า นานๆ ครั้งจึงเลือกซื้อหนังสือ เฉลี่ยครั้งละ 101-500 บาท เลือกเข้าร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะชอบเข้าร้านหนังสือ ร้านหนังสือส่วนใหญ่ที่ชอบจะเป็นร้านหนังสือที่มีหนังสือให้เลือกเยอะและมีพื้นที่สำหรับนั่งทำงาน สาเหตุที่เลือกเข้าร้านหนังสือส่วนใหญ่เลือกเพราะอยู่ใกล้กับที่พักและที่ทำงาน (ร้อยละ 45.7)

คำสำคัญ : ร้านหนังสือ , พฤติกรรม , มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Behavioral study on book store visit choice of students at Suan

Sunandha Rajabhat University

Jaruwan Lerkmuang¹, Thanakorn uiphanit²

¹ Branch Information Science under the faculty of Humanities and Social Sciences of Suan Sunandha Rajabhat University,
e-mail : s58123406006@ssru.ac.th

² Branch Information Science under the faculty of Humanities and Social Sciences of Suan Sunandha Rajabhat University,
e-mail : thanakorn.ui@ssru.ac.th

Abstract

This study has the objective of conducting behavioral study on book store visit choice of students at Suan Sunandha Rajabhat University. Data was collected by having the sample group, which consists of 392 students at Suan Sunandha Rajabhat University, answer the survey. The data was then analyzed to find mean and standard deviation. The study finds that most of the sample group are female (57.2%) between the age of 20 and 21 (41.8%) in freshman year (29.7%) studying under the faculty of Humanities and Social Sciences (32.3%) with monthly income between 3,000 and 5,000 baht (57.2%). Most students like reading and spend 1-2 hours a day reading, mostly cartoons and illustrated novels (37.87%). By averaging book purchases, it can be concluded that most of them occasionally buy book with the average transaction total of 101-500 baht. Book stores in shopping malls are found to be the most popular type. Most of the students like book stores that have big selection and provide work space. Most of the students choose to visit book stores because the stores are located close to their residences and workplaces (45.7%).

Keywords : book store, behavior, Suan Sunandha Rajabhat University



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจร้านหนังสือในประเทศไทยกำลังตกอยู่ในช่วงวิกฤติ เพราะการเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวันที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยผลกระทบนั้นได้เกิดขึ้นกับธุรกิจร้านหนังสือขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจหนังสือต้องมีการปรับตัว โดยต้องมีการทำวิจัยทางการตลาดให้มากขึ้นเพื่อผลิตหนังสือให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่านซึ่งมุ่งเน้นที่คุณภาพให้มากขึ้น อีกทั้งสำนักพิมพ์ก็ยังมี การสร้างชุมชนการอ่าน และแฟนหนังสือเพื่อทำให้ผู้อ่านมีความจงรักภักดีต่อสำนักพิมพ์ ประกอบกับ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์และการทำพรีออร์เดอร์ (preorder) ซึ่งจะช่วยให้นักพิมพ์ผลิตหนังสือได้ตรงกับตลาดมากขึ้น จึงทำให้เกิดธุรกิจร้านหนังสือแนวใหม่ หรือ ธุรกิจร้านหนังสืออิสระ (ธนกร วงษ์ปัญญา, 2561)

โดยธุรกิจร้านหนังสืออิสระ เป็นธุรกิจร้านหนังสือที่มีขนาดเล็กและมีทำเลอยู่ในเขตชุมชน หนังสือที่นำมาจำหน่ายภายในร้านจะเป็นหนังสือที่มีเนื้อหาเฉพาะที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้อ่านไม่รู้สึกเบื่อหน่าย เช่น กิจกรรมพูดคุยกับนักเขียนคนโปรด การจัดพื้นที่สำหรับพูดคุยเกี่ยวกับหนังสือที่น่าสนใจ เป็นต้น (สิโรตม์ จิระประยูร, 2560) โดยกลุ่มผู้อ่านของร้านหนังสืออิสระ เช่น ร้านเล่า จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ตั้งแต่ระดับนักเรียนมัธยมศึกษาไปจนถึงวัยทำงานและไม่ได้จำกัดอายุ แต่อยู่ที่ความชื่นชอบในสิ่งที่ใกล้เคียงกัน รวมไปถึงนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ ที่เคยได้ยินชื่อของร้านผ่านสื่อต่างๆ หรือจะเป็นการบอกต่อๆ กันแบบปากต่อปาก ทำให้คนที่เดินเข้ามาเป็นลูกค้าจึงหลากหลายบางคนเป็นขาประจำ ตั้งแต่เริ่มต้นเปิดร้านจนถึงปัจจุบัน (เสาวนีย์ เมฆานุกัทพร, 2548) จึงทำให้ร้านหนังสืออิสระเป็นร้านหนังสือที่มีกลุ่มผู้อ่านเฉพาะ และยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งอาจเป็นเพราะขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับกลุ่มผู้อ่าน หรือ ผู้อ่านส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักหนังสืออิสระมากพอ (สุนทร ชุมหิรัญ, 2555) ทำให้ธุรกิจร้านหนังสือมีการปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ให้มีการเชื่อมโยงระหว่างโลกออนไลน์ และโลกออฟไลน์ (Omni-channel) โดยผ่านช่องทางหน้าร้าน ซึ่งรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์แนะนำหนังสือใหม่ การนำเสนอโปรโมชั่น (promotion) และการขายหนังสือ รวมไปถึงการปรับปรุงร้านหนังสือให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้อ่านได้สัมผัสถึงบรรยากาศของร้านหนังสือ การเพิ่มกิจกรรม และการปรับร้านให้เป็นพื้นที่ขายประสบการณ์ เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่าน (ดับบิวพี, 2560) แต่ในปัจจุบันยังไม่มีพัฒนาสื่อกลางสำหรับการประชาสัมพันธ์และแนะนำร้านหนังสืออิสระที่เหมาะสมกับผู้อ่านแต่ละคน

ผู้ศึกษามีแนวคิดที่จะศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสืออิสระ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสืออิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือและการซื้อหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำเสนอต่อไปนี้

1. **แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านหนังสือ** สรุปได้ว่า ธุรกิจร้านหนังสือมีการบริการขายหนังสือต่างๆ ที่ทันสมัย ทั้งหนังสือภายในประเทศและหนังสือต่างประเทศ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการเลือกเข้า



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มาใช้บริการ รวมถึงบรรยากาศภายในร้านที่ทำให้ลูกค้าเกิดความหลงใหล และได้้นำความพึงพอใจที่ได้บอกต่อกัน ซึ่งร้านหนังสือให้ความสนใจกับพฤติกรรมกรรมการอ่านของลูกค้า เพื่อเลือกซื้อหนังสือเข้าร้านได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ยอดการเข้าร้านหนังสือเพิ่มมากขึ้น (ปิยะธิดา ชิตนาคินทร์, 2556)

2. **แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม** สรุปได้ว่า **พฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือ**ของแต่ละคนล้วนแล้วแต่มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่ชัดขึ้นอยู่กับความสนใจและจุดประสงค์ในการเลือกซื้อหนังสือของแต่ละบุคคล (ภาวิณี อุชชิน, 2558) **พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือ**ของแต่ละบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแรงจูงใจของแต่ละบุคคล ซึ่งรวมไปถึงอิทธิพลจากรอบด้านในการส่งเสริมการอ่านมากขึ้น ทำให้แต่ละคนล้วนแล้วแต่มีแนวการอ่าน และหนังสือที่ชอบแตกต่างกัน (ลำไย มากเจริญ, 2556)

3. **แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านหนังสืออิสระ** สรุปได้ว่า ร้านหนังสืออิสระเป็นร้านหนังสือที่มีบรรยากาศสบายๆ มีขนาดเล็ก ไม่ใหญ่จนเกินไป ซึ่งมีการบริหารจัดการโดยเจ้าของร้าน ซึ่งในการเลือกหนังสือเข้าร้านนั้นเจ้าของร้านจะสามารถเลือกหนังสือเข้าร้านโดยการอิงจากความชอบส่วนตัว และยังสามารถสำรวจความต้องการของลูกค้าผ่านการพูดคุย (สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย, 2561)

4. **สำนักพิมพ์** สรุปได้ว่า สำนักพิมพ์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ให้โอกาสกับนักเขียนส่วนใหญ่ ที่เริ่มสร้างผลงานของตัวเองโดยส่งผลงานของตัวเองไปยังสำนักพิมพ์ (ต้นฉบับ) เพื่อจัดจำหน่ายเป็นหนังสือเล่ม ให้ผู้อ่านได้อ่านผลงานของตัวเอง สำนักพิมพ์ในประเทศไทยมีตามองค์กรของตัวเองซึ่งจะมีขนาดตั้งแต่องค์กรขนาดใหญ่ จนถึงขนาดเล็ก สำนักพิมพ์จึงมีรูปแบบแตกต่างกัน ในสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่จะมีโรงพิมพ์ สายส่ง และร้านจัดจำหน่ายเป็นของตัวเอง (สลิลพัทธ์ ผดุงเอกรักษา, 2559)

5. **ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์** สรุปได้ว่า ร้านหนังสือมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์หนังสือออกใหม่ เพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อหนังสือจากร้านหนังสือ นอกจากร้านหนังสือยังเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์หนังสือออกใหม่แล้ว ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook twitter Line Instagram และการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ (Website) การโฆษณาผ่านวิทยุกระจายเสียง และการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556)

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสืออิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาแบบสำรวจ (Survey) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสืออิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ 4 ชั้นปี จำนวน 6 คณะ โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 392 คน ซึ่งได้จากสูตรตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan)



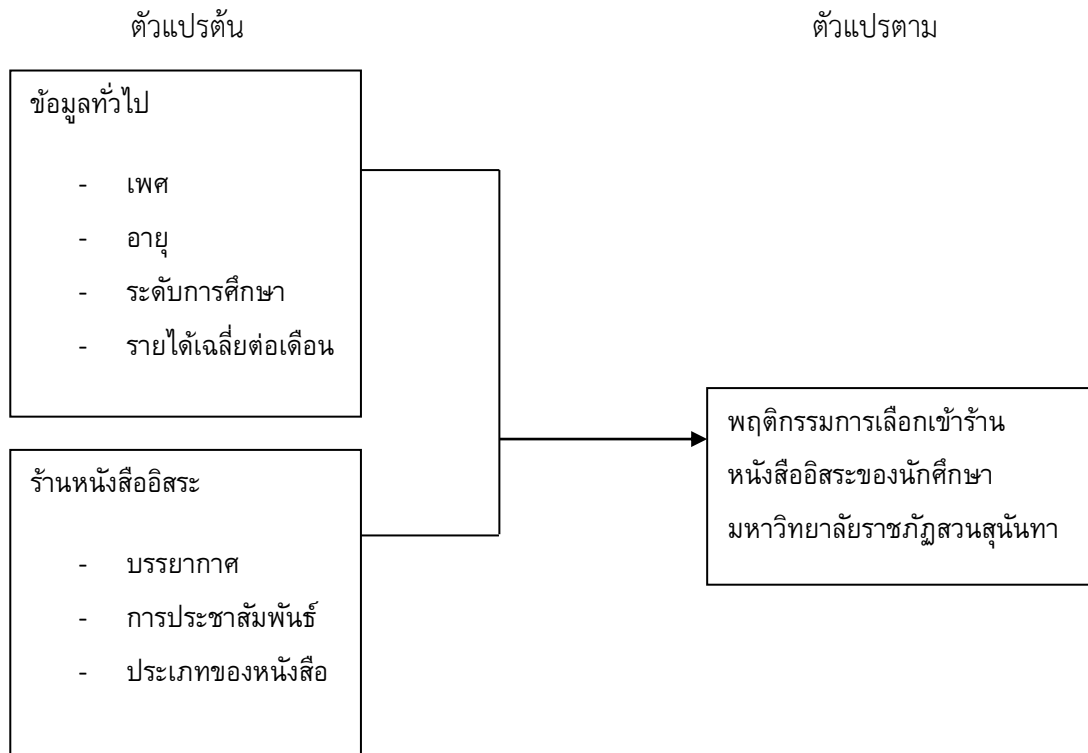
การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เครื่องมือและวิธีการ

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกเข้าร้านหนังสืออิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบในการศึกษาดังนี้



การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่นำมาใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งจะนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีกรแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับชั้น รายได้ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นคำถามประเภทปลายปิดที่มีตัวเลือกที่เหมาะสมเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือและการซื้อหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นคำถามแบบปลายปิดมีตัวเลือกที่เหมาะสม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสืออิสระของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นคำถามแบบปลายปิดมีตัวเลือกที่เหมาะสม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลการศึกษา

1. คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 392 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.2 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 42.8 เป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 20-21 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาคือ 18-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 ในส่วนของระดับการศึกษามากที่สุดคือชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาคือชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 24.1 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือคณะวิทยาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 28.8 และด้านรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละได้ 57.2 รองลงมาคือ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละได้ 24.4

2. พฤติกรรมการอ่านหนังสือและพฤติกรรมการซื้อหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.3 และไม่ชอบอ่านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 21.7 เฉลี่ยการอ่านหนังสือส่วนใหญ่อ่านวันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 29.5 ชอบอ่านหนังสือการ์ตูนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือแนวแฟนตาซี คิดเป็นร้อยละ 30.7 มีพฤติกรรมการเลือกซื้อหนังสือเฉลี่ย ซื้อหนังสือนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ ซื้อหนังสือบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.8 ซึ่งในการซื้อแต่ละครั้งเฉลี่ยครั้งละมากที่สุดคือ 101-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 ซื้อจากร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ เลือกซื้อผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 50.6

3. พฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ส่วนใหญ่ชอบเข้าร้านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 92.7 และไม่ชอบเข้าร้านหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 7.3 โดยเลือกเข้าร้านหนังสือเพราะ ร้านหนังสือมีหนังสือให้เลือกเยอะและสามารถนั่งทำงานได้ คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมาคือ สามารถอ่านหนังสือได้ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 44.6 โดยมีสาเหตุในการเลือกเข้าร้านหนังสือเพราะใกล้ที่พักและสถานที่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ ใกล้สถานศึกษา คิดเป็นร้อยละ 41.9

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้า การศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าร้านหนังสือของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้วิจัยจะสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

นักศึกษาส่วนใหญ่ เป็นเพศ หญิง อายุ 20-21 ปีมากที่สุด และนักศึกษาที่มีอายุ 24 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด ซึ่งเป็นนักศึกษาจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยเฉลี่ยเป็นชั้นปีที่ 2 มากที่สุด ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-5,000 บาท และชอบอ่านหนังสือ เฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือประเภทการ์ตูนและนิยายภาพ โดยเลือกซื้อหนังสือจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด ซึ่งมีความถี่ในการเลือกซื้อหนังสือนานๆครั้งถึงจะเลือกซื้อหนังสือ ครั้งละ 101-500 บาท

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ร้านหนังสืออิสระ รวมถึงรายการการส่งเสริมการขายต่างๆ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ธนากร อุษานิชย์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษา และเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือในเรื่องที่ผู้วิจัยไม่สามารถหาคำตอบได้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจให้ในยามท้อ ขอขอบคุณคุณสุชานันท์ แก้วกัลยา ที่เป็นเพื่อนที่คอยเตือนสติ และช่วยเหลือในหลายๆเรื่อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้ถ้าไม่มีผู้มีพระคุณสองท่านนี้ ต้องขอขอบพระคุณ นายทองหล่อ เลิกเมือง (บิดา) และนางวันเพ็ญ เลิกเมือง (มารดา) ที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยได้มีแรงผลักดันในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับค่าขนมที่ผู้วิจัยใช้กินงบประมาณตลอด ขอขอบคุณทุกๆกำลังใจที่มีให้ผู้วิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กานกนิช มิตรพัคคี. (2559). 18 ร้านหนังสืออิสระในกรุงเทพฯที่นักอ่านต้องไปซั๊กครั้ง. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน, 2561, จาก <https://sg.asia-city.com/city-living/news/18-raanhngsueisraainkrungethph-thiinakaantngaipchakkhrang>
- กิตติกร เติมกุศลกองปอง. (2558). คินหนังสือให้ร้านหนังสือ : ทางเลือกและทางรอดของธุรกิจร้านหนังสือไทย. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน, 2561, จาก <https://thematter.co/thinkers/thai-book-business/14426>
- งานทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2560). สถิติจำนวนนักศึกษา ลงทะเบียน. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน, 2561, จาก <http://reg.ssru.ac.th/index.php>.
- ดับบิวพี. (2560). ผ่านทางตันร้านหนังสือจะอยู่รอดต้องเป็นOmni-channel และปรับร้านเป็นพื้นที่ขายประสบการณ์. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน, 2561, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/06/bookstore-adapt-to-omni-channel-model/>
- เดอะ เปเปอร์เลส. (2561). กรณีศึกษาร้านหนังสืออิสระ : เปลี่ยนเมืองขนาดเล็กให้เป็นเมืองหนังสือที่สร้างมนตร์ขลังให้ชุมชน. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน, 2561, จาก <https://www.thepaperless.co/single-post/>
- ทีปกรวุฒิพิทยามงคล. (2560). ทางเลือก-ทางรอดของร้านหนังสืออิสระในยุคดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน, 2561, จาก https://www.matichonweekly.com/special-report/article_69503
- ธนกรวงษ์ปัญญา. (2561). เผยธุรกิจหนังสือปี61 ต้องปรับตัวเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณผุดโครงการพวงหรีดหนังสือสร้างนักอ่าน. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน, 2561, จาก <https://thestandard.co/publishing-house-must-adapt-2018/>
- ปิยะธิดา ชิตนาคินทร์. (2556). แผนธุรกิจร้านหนังสือ. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม, 2561, จาก <http://bookhouse058.blogspot.com/>
- สลิลพัชร์ ผดุงเอกธนาภานต์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย. ปริญญา นิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สิโรตม์จระประยูร. (2561). วิวัฒนาการล่าสุดของธุรกิจหนังสือเมื่อกลุ่มทุนเข้ามาอุมร้านหนังสือและสำนักพิมพ์. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน, 2561, จาก <https://adaymagazine.com/global-printing-industry-uk/>