

ชื่อเรื่องการศึกษาโดยอิสระ	การศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดร้านค้าคริสเตียน ในจังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้เขียน	จิราพันธ์ แสงดาว
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. อัสรี แพทย์เจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ธฤตวัน เจริญพร

บทคัดย่อ

เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดร้านค้าคริสเตียน ในจังหวัดเชียงราย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคริสเตียนที่มีต่อการซื้อสินค้าคริสเตียน และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าคริสเตียน เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการตลาดร้านค้าคริสเตียน ในจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้นับถือศาสนาคริสต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ทั้งหมด 400 คน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท การศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ซื้อสินค้าจะซื้อสินค้าประเภทพระคัมภีร์ และหนังสือที่เกี่ยวข้องกับคำสอนของศาสนาคริสต์ โดยซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 100-500 บาท ส่วนใหญ่ซื้อในช่วงเทศกาล วันสำคัญต่าง ๆ โดยซื้อจากร้านค้าคริสเตียน สำหรับ นำไปใช้เอง และตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าคริสเตียนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากนัก โดยให้ความสำคัญในระดับมากทั้ง 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

จากการศึกษายังพบอีกว่า ร้านค้าควรเน้นการตกแต่งร้านค้าคริสเตียนให้มีความสวยงาม
ทันสมัย และมีการจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า ส่งเสริมการขายโดย
เน้นช่วงเทศกาล วันสำคัญต่างๆ แนวทางการพัฒนาการตลาดร้านค้าคริสเตียนนี้ จะเป็นประโยชน์
สำหรับร้านค้าคริสเตียน เพื่อพัฒนาร้านค้าให้ตอบสนองต่อลูกค้ากลุ่มคริสเตียน เนื่องจากธุรกิจนี้มี
แนวโน้มในการเจริญเติบโตสูงขึ้น

คำสำคัญ: ร้านค้าคริสเตียน/แนวทางการพัฒนาการตลาด/พฤติกรรมของผู้บริโภค/ส่วนประสมทาง
การตลาด



Independent Study Title	The Study of Marketing Development of Christian Shop in Chiang Rai Province
Author	Jeerapan Saengdao
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Dr. Isaree Baedcharoen
Co-Advisor	Lecturer Tarittawan Chareanporn

ABSTRACT

This research study entitled of “The Study of Marketing Development of Christian Shop in Chiang Rai Province” aims to study purchasing behaviour of Christian consumers on Christian products and study marketing mixed factors that affects on their decision making on choosing Christian products. The result of this study would guide marketing improvement for Christian shop in Chiang Rai province. The samples used in this study were 400 Christian populations residing in Chiang Rai province.

The findings revealed that major respondents were females at ages between 20 and 30 years old, with bachelor degree of educational level, and had income salary 5,000-15,000 baht. The finding also revealed that most respondents purchased bible and related products and they purchased mostly once a month at the price between 100-500 baht. They purchased products during important days or seasons. Most of the purchases were for personal use and by their own decision making. The researcher found that there was no indifferent in the marketing mixed factors. However, each marketing mixed factor had different impact level on consumer decision to purchase respectively; which were product, price, place and promotion.

The researcher also found that Christian shop should highlight their decorations as well as arrange products on shelves nicely. This was for the convenience reason. The promotion should be considered seasonally and highlighted on important days. This guideline could be used for the Christian shop as the numbers Christian shop were increased in responding to an increased in number of Christian populations in Chiang Rai province. The growth rate for this type of business was escalating high.

Keywords: Christian Shop/Market Development/Consumer Behavior/Marketing Mixed

