

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กองบรรณาธิการ. THAILAND MARKETING AWARD IV 1987-1988. การตลาดรีวิว

2 (กรกฎาคม 2531): 31-37.

เจริญ วัฒนสุชาติ. สุขภาพจิตและหนังสือ. ห้องสมุด 10 (กันยายน-ตุลาคม 2509):

269-273.

ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์. อนาคตธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก. คู่แข่ง 15 (กันยายน 2538):

71-74.

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. ไฮเทค "ไทยรัฐ" กับ ล้านฉบับต่อวัน. สสท. ฉบับเทคโนโลยี

20 (เมษายน-พฤษภาคม 2537): 63-65.

ณรงค์ ทองปาน. การสร้างหนังสือสำหรับเด็ก. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช,

2526.

ธานี ปิติสุข. แพรนไซส์ เส้นทางใหม่ของการทำธุรกิจ. ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์บีบีเอส, 2535.

บารณี อาชวณิชกุล. การเลือกซื้อหนังสือของผู้อ่านในร้านจำหน่ายหนังสือย่านสยามสแควร์.

วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

เบญจมา รุ่งเรืองศิลป์. 12 ปี ฐานเศรษฐกิจ. ห้องสมุด 38, 2 (เมษายน-มิถุนายน 2537):

78-81.

ประพิมพ์พรรณ วรพัฒน์. ผลของการแสดงหนังสือต่อการยืมหนังสือในห้องสมุดประชาชน.

วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

พีระ จิระโสภณ. วิธีการวิจัยการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2534.

- พระชน วิมลเมือง. ผู้จัดการทั่วไป บริษัทสามัคคีสาร (ดอกหญ้า) จำกัด มหาชน. สัมภาษณ์,  
1 พฤศจิกายน 2538.
- ภิญโญ ประเสริฐสม. การดำเนินงานและการให้บริการของร้านเช่าหนังสือในกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- รังสรรค์ ชนะพรพันธุ์. น.ส.พ.กัมมโอบายราคา. ผู้จัดการรายวัน (4 สิงหาคม 2538):  
12.
- รัฐจวน อินทรกำแหง. การเลือกหนังสือ. ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง, 2520.
- วรรณกรรม สัมภาษณ์. สึกชิงเจ้าหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. ถนนหนังสือ 4 (สิงหาคม 2529):  
96-99.
- วิศิษณา. ท่านถามเราตอบ. แฉดวงหนังสือ 1 (สิงหาคม 2538): 21-22.
- ศศิธร ศิริจางค์พัฒนา. การวิเคราะห์ทางการเงินของอุตสาหกรรม น.ส.พ รายวันในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัย  
การเงินและการธนาคาร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. การบริหาร  
การตลาดยุคใหม่ 2,000 เล่ม. ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา,  
2538.
- \_\_\_\_\_. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. 1,000 เล่ม. ครั้งที่ 1.  
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา, 2538.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ศัพท์การตลาดและการโฆษณา. 1,000 เล่ม. ครั้งที่ 1. กรุงเทพ-  
มหานคร: วิสิทธ์พัฒนา, 2538.
- ศรีสุภา สนชัยเสรี. การตลาดกลไกสู่โลกกว้าง. ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
ชวนพิมพ์, 2538.
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย. ผลงานการตลาดดีเด่น ครั้งที่ 4 ประจำปี 2530-  
2531. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2531.

- สิทธิพัชร ชีร์ชัยยุทธ. ทาร้านหนังสืออย่างไรถึงจะขายดี. ธุรกิจหนังสือและสิ่งพิมพ์ 4, 8 (กุมภาพันธ์ 2530): 101-102.
- \_\_\_\_\_. สู่สมรภูมิตลาดหนังสือเล่ม. ธุรกิจหนังสือและสิ่งพิมพ์ 4 (กรกฎาคม 2529): 97-98.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หนวยที่ 9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533.
- สุทธิณี อุบั่นชัย. ศึกษารัศมีมินิมาร์ต โฉมหน้าใหม่ของกิจการค้าปลีก. คู่แข่ง 15 (กันยายน 2538): 66-67.
- สุธี พนาวร. ร้านแบบไหนที่ลูกค้าชอบ. คู่แข่ง 15 (สิงหาคม 2538): 85-86.
- สุพจน์ กุลปรางค์ทอง. การศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อนิตยสารสตรีของสตรีในเขต กทม. วิทยานิพนธ์ปริญญาพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- हरिन หงสกุล. ข้างรั้วสี่เทา. กรุงเทพมหานคร: บริษัทภาสิต จำกัด, 2528.
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ. แพรนส์ไชส์ ดอกหญ้าเกมส่อเหยื่อไม่จ่ายอย่างที่คิด. ผู้จัดการ (20-26 กุมภาพันธ์ 2538)
- อิทธิพล หมั่นมักดี. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ: วิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดของรถยนต์มิตซูบิชิ แลนเชอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

### ภาษาอังกฤษ

- Maenmas charalit. Survey Report on Readin Materials in Thailand. Bangkok: Department of Educational Techniques, 1966.
- Market Facts, Inc and Reseach and Forasts, Inc. The 1983 Consumer Research Study on Reading and Book Purchasing. New York: Book Industry Study Groups Inc., 1984.
- McCarthy. Basic Marketing; A Managerial Approach. Irwin, 1982.

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้วิจัย

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ

(1) ต่ำกว่า 15 ปี

(2) 15-25 ปี

(3) 26-36 ปี

(4) 37-47 ปี

(5) เกิน 47 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

(1) ประถมศึกษา (ป.1-ป.6)

(2) มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1-ม.3)

(3) มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า

(4) อนุปริญญา ประกาศนียบัตรการศึกษาชั้นสูง (ปกศ.สูง)

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

(5)ปริญญาตรี

(6)ปริญญาโทขึ้นไป

(7) อื่น ๆ (ระบุ).....

4. ท่านทำงานแล้วหรือยัง

( ) ทำงานแล้ว ได้รับเงินเดือน.....บาท/เดือน

( ) ยังไม่ได้ทำงาน ได้รับเงินจากผู้ปกครอง

## 5. อาชีพของท่าน

- |                             |                        |
|-----------------------------|------------------------|
| (1) นักเรียน นิสิต นักศึกษา | (2) ข้าราชการ          |
| (3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ      | (4) พนักงานองค์กรเอกชน |
| (5) เกษตรกร                 | (6) ค้าขาย             |
| (7) รับจ้าง                 | ( ) อื่น ๆ (ระบุ)..... |

## ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมการให้บริการ

## 6. เหตุที่ท่านตัดสินใจเดินเข้าไปใช้บริการในร้านจำหน่ายหนังสือ

- ( ) ไม่ตั้งใจ แต่บังเอิญผ่าน
- ( ) ตั้งใจจะมาใช้บริการแต่ยังไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร
- ( ) ตั้งใจจะมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อ หนังสือเฉพาะเล่ม
- ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

## 7. ท่านจะรู้สึกพอใจเป็นอย่างยิ่งถ้า

- ( ) พนักงานขาย ปลอ่ยให้ท่านเลือกชมหนังสือโดยไม่มาสอบถามและแนะนำใด ๆ ทั้งสิ้น จนกว่าท่านจะถาม
- ( ) พนักงานขาย ให้คำแนะนำสินค้าแก่ท่าน

ส่วนที่ 3 ท่านคิดว่าข้อใดจะมีผลต่อการตัดสินใจของท่านในการเลือกใช้บริการจากร้านหนังสือ

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อมูล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ตั้งร้านอยู่ในจุดที่สะดวกซื้อ</li> <li>- แผงหนังสือหน้าร้านจัดโชว์ได้สวย สะดวกต่อการเลือกซื้อ</li> <li>- มีดีสเพลย์ โชว์หนังสือใหม่ และ ป้ายแนะนำหนังสือ</li> <li>- มีการโชว์หนังสือ ได้รับรางวัล ทำให้ดึงดูดอยากรู้จักหนังสือ</li> <li>- มีการให้ส่วนลดแก่สมาชิกทำให้ กลายเป็นลูกค้าประจำ</li> <li>- ทำเลของร้านอยู่ในแหล่งชุมชน มาซื้อของอื่นก็เลยลองแวะมาชม</li> <li>- บรรยากาศในร้านดี ใญสว่าง ดีดแอร์</li> <li>- มีป้ายแนะนำหนังสืออยู่เป็นระยะ ทำให้สะดวกต่อการซื้อ</li> <li>- มีการให้สะสมยอด เพื่อให้ส่วนลด และแลกซื้อ ทำให้ผูกพันต้องมาอีก</li> <li>- มีหนังสือใหม่ที่ใหม่ เคยเห็นที่ไหนมา ก่อนมาวางที่นี่แล้ว</li> </ul>					

ข้อมูล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ค่อย เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีที่จอดรถ</li> <li>- มีหนังสือลดราคาทันทีตัดสินค้าซื้อได้ง่ายขึ้น</li> <li>- อยู่ใกล้ป้ายรถโดยสาร</li> <li>- ร้านมีความกระตือรือร้น ในความรวดเร็วในการวางสินค้า</li> <li>- พนักงานขายมีส่วนช่วยแนะนำที่ซื้อ</li> <li>- พนักงานขายมีความแม่นยำในการแนะนำหนังสือ</li> <li>- พนักงานขายมีอัธยาศัยดี</li> </ul>					



ส่วนที่ 4 สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในขณะซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด

ข้อมูล	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อนแนะนำและพูดให้ฟังบ่อยๆ ว่าดี</li> <li>- จำนวนเงินที่มีอยู่</li> <li>- ได้เห็นโฆษณาจากสื่ออื่น</li> <li>- ครอบครัว อันได้แก่ พ่อแม่ พี่น้อง สามี ภรรยา</li> <li>- ท่านได้รับการสนับสนุนให้รักการอ่าน จากครอบครัวเสมอมา</li> </ul>					

ส่วนที่ 5 ความต้องการของวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อที่มีต่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือที่ออกเกิด

(5.1) ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อที่มีต่อหนังสือพิมพ์

8. ท่านซื้อหนังสือพิมพ์วันละกี่ฉบับ

.....ฉบับ

9. โดยทั่วไป ท่านซื้อหนังสือพิมพ์เดือนละกี่ฉบับ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ซื้ออ่านทุกวัน               | <input type="checkbox"/> ซื้ออ่าน 2-3 วัน/ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> ซื้ออ่านสัปดาห์ละครั้ง       | <input type="checkbox"/> ซื้ออ่านเดือนละครั้ง   |
| <input type="checkbox"/> ซื้ออ่านน้อยกว่าเดือนละครั้ง | <input type="checkbox"/> ไม่เคยซื้ออ่านเลย      |

10. การซื้อหนังสือพิมพ์ของท่านส่วนใหญ่ เพื่อวัตถุประสงค์ใด (กรุณาเรียงลำดับไม่เกิน 3 ลำดับ)

- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อให้เพลิดเพลิน
- เพื่อใช้ในการสนทนา
- เพื่อปรับปรุงตนเอง
- เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา
- เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน
- เพราะเป็นนิสัย
- เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป
- อื่น ๆ (ระบุ).....

11. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์จากส่วนใดของฉบับ (กรุณาเรียงลำดับไม่เกิน 5 ลำดับ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> พาดหัวข่าว         | <input type="checkbox"/> ข่าวย่อยในหน้า 1       |
| <input type="checkbox"/> คอลัมน์ใบประจำ     | <input type="checkbox"/> ของแถมแทรกในฉบับ       |
| <input type="checkbox"/> ภาพเด่นหน้าสี่     | <input type="checkbox"/> นิยายที่วิในฉบับ       |
| <input type="checkbox"/> ราคา               | <input type="checkbox"/> ชื่อฉบับได้รับความนิยม |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |   |

(5.2) ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อที่มีต่อสินค้า

12. สินค้าที่ท่านซื้อส่วนมากเป็นประเภทใด (กรุณาเรียงลำดับไม่เกิน 5 ลำดับ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> การเมือง                 | <input type="checkbox"/> ศิลปะวัฒนธรรม             |
| <input type="checkbox"/> เครื่องเสียง-คอมพิวเตอร์ | <input type="checkbox"/> สุขภาพ                    |
| <input type="checkbox"/> ถ่ายภาพ การพิมพ์         | <input type="checkbox"/> พระเครื่อง                |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจ                   | <input type="checkbox"/> กีฬา                      |
| <input type="checkbox"/> บ้าน                     | <input type="checkbox"/> แม่และเด็ก                |
| <input type="checkbox"/> ผู้หญิง                  | <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว                |
| <input type="checkbox"/> ผู้ชาย                   | <input type="checkbox"/> บันเทิงราคาไม่เกิน 25 บาท |
| <input type="checkbox"/> รถ                       | <input type="checkbox"/> เศรษฐกิจ                  |
| <input type="checkbox"/> การ์ตูน                  | <input type="checkbox"/> เจาะลึกข่าว               |

13. ท่านซื้อสินค้าน้อยเพียงใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าเดือนละครั้ง | <input type="checkbox"/> เดือนละ 4-5 ครั้ง     |
| <input type="checkbox"/> เดือนละครั้ง         | <input type="checkbox"/> เดือนละ 5 ครั้งขึ้นไป |
| <input type="checkbox"/> เดือนละ 2-3 ครั้ง    |  |

14. การซื้อสินค้านอกจากท่านส่วนใหญ่ เพื่อวัตถุประสงค์ใด (กรุณาเรียงลำดับไม่เกิน 3 ลำดับ)

- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อให้เพลิดเพลิน
- เพื่อใช้ในการสนทนา
- เพื่อปรับปรุงตนเอง
- เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา
- เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน
- เพราะเป็นนิสัย
- เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป
- อื่น ๆ (ระบุ).....

15. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากส่วนใดของฉบับ (กรุณาเรียงลำดับไม่เกิน 5 ลำดับ)

- ( ) ความเด่น ความสวยงามของปก
- ( ) การโปรยข้อความบนปก
- ( ) ภาพ ภาพสีประกอบในเล่ม
- ( ) คอลัมน์ประจำ
- ( ) เนื้อหาเกี่ยวกับที่สนใจ
- ( ) ราคา
- ( ) ความทันสมัย
- ( ) ของแถมแทรกในฉบับ
- ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

16. ประเภทของหนังสือที่ออกเกิดที่ท่านเลือกซื้อส่วนมาก (กรุณาเรียงลำดับไม่เกิน 5 ลำดับ)

- |                       |                               |
|-----------------------|-------------------------------|
| ( ) นิยาย             | ( ) เรื่องสั้น                |
| ( ) บริหาร            | ( ) จิตวิทยา                  |
| ( ) สารคดี            | ( ) ปรัชญา                    |
| ( ) แม่และเด็ก        | ( ) อาหาร                     |
| ( ) สังคม             | ( ) วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม |
| ( ) การศึกษา          | ( ) อัดซีวีประวัติ            |
| ( ) ประวัติศาสตร์     | ( ) กีฬา                      |
| ( ) คอมพิวเตอร์       | ( ) สุขภาพ                    |
| ( ) เตรียมสอบ         | ( ) กฎหมาย                    |
| ( ) ธรรมะ             | ( ) นิยายแปล                  |
| ( ) งานฝีมือ, งานบ้าน | ( ) งานช่าง                   |

17. ท่านซื้อหนังสือที่ออกเกิดโดยเฉลี่ยปีละกี่เล่ม

- |                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| ( ) ต่ำกว่า 2 เล่ม | ( ) 2-3 เล่ม      |
| ( ) 4-5 เล่ม       | ( ) 6-7 เล่ม      |
| ( ) 8-9 เล่ม       | ( ) 10 เล่มขึ้นไป |

18. การซื้อหนังสือเพื่อเกิดของท่านส่วนใหญ่เพื่อวัตถุประสงค์ใด (กรุณาจัดลำดับไม่เกิน 3 ลำดับ)

- ( ) เพื่อฆ่าเวลา
- ( ) เพื่อให้เพลิดเพลิน
- ( ) เพื่อใช้ในการสนทนา
- ( ) เพื่อปรับปรุงตนเอง
- ( ) เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา
- ( ) เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน
- ( ) เพราะเป็นนิสัย
- ( ) เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป
- ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....

19. ท่านตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือเพื่อเกิดจากส่วนใดของเล่ม (กรุณาจัดลำดับไม่เกิน 5 ลำดับ)

- |                             |                                |
|-----------------------------|--------------------------------|
| ( ) ประเภทของหนังสือ        | ( ) การออกแบบปกเด่นสะดุดตา     |
| ( ) เนื้อหาตรงตามที่ต้องการ | ( ) ชื่นชอบนักเขียน            |
| ( ) ทันสมัยสอดคล้องกับเวลา  | ( ) ราคายุติธรรม               |
| ( ) ภาษาที่ใช้เข้าใจง่าย    | ( ) มีความน่าเชื่อถือในเนื้อหา |
| ( ) ของแถมแทรกในฉบับ        | ( ) อื่น ๆ (ระบุ).....         |

## ภาคผนวก ข

## ตารางรายละเอียดข้อมูลจากการสำรวจ

ตารางที่ 48 จำนวนของเพศผู้

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	139	47.8
หญิง	147	50.5
ไม่ตอบ	5	1.7
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 48 พบว่า เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.5 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 47.8

ตารางที่ 49 จำนวนของอายุผู้ซื้อ

ช่วงอายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	49	16.8
15 - 25 ปี	124	42.6
26 - 36 ปี	66	22.7
37 - 47 ปี	41	14.1
เกิน 47 ปีขึ้นไป	7	2.4
ไม่ระบุ	4	1.4
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 49 พบว่า อันดับ 1 คือช่วงอายุ 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.6 อันดับ 2 คือช่วงอายุ 26-36 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 อันดับ 3 คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.8 อันดับ 4 คือช่วงอายุ 37.47 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.1 อันดับ 5 คือ ช่วงอายุเกิน 47 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 50 จำนวนของระดับการศึกษาของผู้ซื้อ

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	2.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	64	22.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	35	12.0
อนุปริญญา, ปกศ.สูง, ปวส.	30	10.3
ปริญญาตรี	139	47.8
ปริญญาโทขึ้นไป	6	2.1
อื่น ๆ	7	2.4
ไม่ตอบ	3	1.0
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 50 พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ซื้อที่อ่านที่อยู่อันดับ 1 คือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.8 อันดับ 2 คือ มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 22.0 อันดับ 3 คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 12.0 อันดับ 4 คือ อนุปริญญา ปกศ.สูง ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.3 อันดับ 5 คือประถมศึกษาและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.4 อันดับ 6 คือปริญญาโทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.1



ตารางที่ 51 จำนวนของสถานภาพการทำงานของผู้ซื้อ

สถานภาพการทำงาน	ความถี่	ร้อยละ
ทำงานแล้ว	168	57.7
ยังไม่ได้ทำงาน	118	40.5
ไม่ตอบ	5	1.7
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ทำงานแล้วคิดเป็นร้อยละ 57.7 และยังไม่ได้ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 40.5

ตารางที่ 52 จำนวนของอาชีพของผู้ซื้อ

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	126	43.3
ข้าราชการ	39	13.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	0.7
พนักงานองค์กรเอกชน	25	8.6
เกษตรกร	0	0
ค้าขาย	22	7.6
รับจ้าง	61	21.0
อื่น ๆ	14	4.8
ไม่ตอบ	2	0.7
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 52 พบว่าอาชีพที่มาเป็น อันดับ 1 คือ นักเรียน นิสิต นักศึกษา คิดเป็น ร้อยละ 43.3 อันดับ 2 คือ รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 21.0 อันดับ 3 คือ ข้าราชการ คิดเป็น ร้อยละ 13.4 อันดับ 4 คือ พนักงานองค์กรเอกชน คิดเป็นร้อยละ 8.6 อันดับ 5 คือ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 7.6 อันดับ 6 คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.8 อันดับ 7 คือ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 53 จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ซื้อที่ถูกแบ่งออกตามลักษณะอาชีพ

กลุ่ม	ความถี่	ร้อยละ
วัยเรียน	126	43.3
วัยทำงาน	149	51.2
อื่น ๆ	16	5.5
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 31 แบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 1.วัยเรียน 2.วัยทำงาน ได้ดังนี้  
 หลักเกณฑ์ในการแบ่งคือ กลุ่มวัยเรียน ได้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษากลุ่มวัยทำงาน ได้แก่  
 ทุกอาชีพ นอกจากนักเรียน นิสิต นักศึกษา จากตารางพบว่า กลุ่มวัยทำงาน คิดเป็นร้อยละ 51.2  
 กลุ่มวัยเรียน คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 54 จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อที่แบ่งตามเหตุที่ตัดสินใจเดินเข้าไปใช้บริการในร้านหนังสือ

เหตุที่ให้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน	20	6.9
ตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้ว่าซื้อหนังสืออะไร	75	25.8
ตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อเฉพาะเล่ม	190	65.3
อื่น ๆ	6	2.1
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 54 พบว่า กลุ่มที่มาเป็นอันดับ 1 คือ ตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อเฉพาะเล่ม คิดเป็นร้อยละ 65.3 อันดับ 2 คือ ตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้ว่าซื้อหนังสืออะไร คิดเป็นร้อยละ 25.8 อันดับ 3 คือ ไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน คิดเป็นร้อยละ 6.9 อันดับ 4 คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 55 จำนวนของกลุ่มผู้วิจัยที่แบ่งตามความรู้สึกรู้สึกพอใจต่อการปฏิบัติของพนักงาน

ความพอใจต่อการปฏิบัติของพนักงาน	ความถี่	ร้อยละ
พนักงานปล่อยให้ท่านเลือกชมโดยไม่มา สอบถามและแนะนำจนกว่าจะถาม	179	61.5
พนักงานขายให้คำแนะนำสินค้าแก่ท่าน	112	38.5
ทั้งหมด	291	100.0

จากตารางที่ 55 พบว่า พนักงานปล่อยให้ท่านเลือกชมโดยไม่มาสอบถามและแนะนำจนกว่าจะถาม คิดเป็นร้อยละ 61.5 และพนักงานขายให้คำแนะนำสินค้าแก่ท่าน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 56 ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ร้อยละ
- สถานที่ตั้งร้านอยู่ในจุดสะดวกซื้อ (T1)	4.80	.46	291
- แผงหนังสือหน้าร้านจัดโชว์ได้สวย สะดวกต่อการเลือกซื้อ (T2)	4.90	.57	291
- มีдисเพลย์โชว์หนังสือใหม่ และป้าย แนะนำหนังสือ (T2)	4.92	.57	291
- มีการโชว์หนังสือที่ได้รับรางวัล ทำให้ดึงดูดอยากรู้จักหนังสือ (T2)	4.87	.66	291
- มีการทำให้ส่วนลดแก่สมาชิกทำให้ กลายเป็นลูกค้าประจำ (T3)	4.59	.73	291
- ทำเลของร้านอยู่ในแหล่งชุมชนมาซื้อ ของอื่นก็เลยลองแวะมาชม (T1)	4.36	.86	291
- บรรยากาศในร้านดี ใญสว่าง ดีดแอร์	4.95	.49	291
- มีป้ายแนะนำหนังสืออยู่เป็นระยะ ทำให้สะดวกต่อการซื้อ (T2)	4.91	.53	291
- มีการทำให้สะสมยอดเพื่อให้ส่วนลด และแลกซื้อ ทำให้ผูกพันต้องมาอีก (T3)	4.34	.83	291
- มีหนังสือใหม่ที่ไม่เคยเห็นที่ไหน มาก่อนมาวางที่นี้แล้ว (T4)	4.60	.69	291
- มีที่จอดรถ (T1)	4.38	.90	291

## ตารางที่ 56 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ร้อยละ
- มีมุมมองสื่อลดราคา ท้าที่ตัดสินใจ ซื้อได้ง่ายขึ้น (T3)	4.43	.80	291
- อยู่ใกล้ป้ายรถโดยสาร (T1)	4.00	1.11	291
- ร้านมีความกระตือรือร้นในความ รวดเร็วในการวางสินค้า (T4)	4.63	.62	291
- พนักงานขายมีส่วนช่วยแนะนำที่ซื้อ (T5)	4.25	.95	291
- พนักงานมีความแม่นยำในการ แนะนำหนังสือ (T5)	4.55	.74	291
- พนักงานขายมีอัธยาศัยดี (T5)	4.81	.52	291

ตารางที่ 57 ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากร้านจำหน่ายหนังสือ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ร้อยละ
ทำเล	4.77	.50	291
บรรยากาศภายในร้าน	4.91	.29	291
การให้บริการเทคนิคการขาย	4.65	.59	291
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.76	.47	291
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.73	.54	291

จากตารางที่ 57 พบว่า อันดับ 1 คือบรรยากาศภายในร้าน ด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 4.91 อันดับ 2 คือ ทำเล ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.77 อันดับ 3 ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.76 อันดับ 4 คือ การให้บริการจากพนักงานขาย ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.73 อันดับ 5 คือ การให้บริการเทคนิคการขาย ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.65



ตารางที่ 58 จำนวนของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ที่ถูกแบ่งตามจำนวนหนังสือพิมพ์ที่ซื้อต่อเดือน

จำนวนหนังสือพิมพ์	ความถี่	ร้อยละ
ซื้ออ่านทุกวัน	158	54.3
ซื้ออ่าน 2-3 วัน/ครั้ง	41	14.1
ซื้ออ่านสัปดาห์ละครั้ง	32	11.0
ซื้ออ่านเดือนละครั้ง	-	-
ซื้ออ่านน้อยกว่าเดือนละครั้ง	33	11.3
ไม่เคยซื้ออ่านเลย	16	6.5
ไม่ตอบ	8	2.7
ทั้งหมด	291	100

จากตารางที่ 58 พบว่า อันดับ 1 คือ ซื้ออ่านทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 54.3 อันดับ 2 คือ ซื้ออ่าน 2-3 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.1 อันดับ 3 คือ ซื้ออ่านน้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.3 อันดับ 4 คือ ซื้ออ่านสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.0 อันดับ 5 คือ ไม่เคยซื้ออ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 59 จำนวนผู้ให้บริการที่ให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมกรารับบริการ กรณีไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน

อันดับ	อันดับ	ความถี่	ร้อยละ
1	พาดหัวข่าว	12	60.0
2	ภาพเด่นหน้ามี ราคา	5	25.0
3	คอลัมน์ประจำ	4	20.0
4	ชื่อฉบับได้รับความนิยม	2	10.0
5	ข่าวย่อยหน้า 1 นิตยสารที่วิวนฉบับ	1	5.0
		1	5.0

จากตารางที่ 59 พบว่า อันดับ 1 ของการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อ คือพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 60.0 อันดับ 2 คือ ภาพเด่นหน้าสี และราคา คิดเป็นร้อยละ 25.0 อันดับ 3 คือ คอลัมน์ประจำ คิดเป็นร้อยละ 20.0 อันดับ 4 คือ ชื่อฉบับได้รับความนิยม คิดเป็นร้อยละ 10.0 อันดับ 5 คือ ข่าวย่อยหน้า 1 และนิตยสารที่วิวนฉบับ คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 60 จำนวนผู้ใช้บริการที่ทำให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ กรณีตั้งใจจะมาใช้บริการแต่ยังไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร

อันดับ	อันดับ	ความถี่	ร้อยละ
1	พาดหัวข่าว	56	74.7
2	คอลัมน์ประจำ	9	12.0
3	ภาพเด่นหน้าสี่	6	8.0
4	อื่น ๆ (ระบุ)	3	4.0
5	นิยายที่วิวนฉบับ	2	2.7
6	ชื่อฉบับได้รับความนิยม	2	2.7

จากตารางที่ 60 พบว่า อันดับ 1 ของการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อ คือพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 74.7 อันดับ 2 คือ คอลัมน์ประจำ คิดเป็นร้อยละ 12.0 อันดับ 3 คือ ภาพเด่นหน้าสี่ คิดเป็นร้อยละ 8.0 อันดับ 4 คือ อื่น ๆ (ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 4.0 อันดับ 5 คือ นิยายที่วิวนฉบับ และชื่อฉบับได้รับความนิยม คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 61 จำนวนผู้ให้บริการที่ให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ กรณีตั้งใจจะมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม

อันดับ	อันดับ	ความถี่	ร้อยละ
1	พาดหัวข่าว	127	66.8
2	ข่าวย่อหน้า 1	25	13.2
3	คอลัมน์ประจำ	12	6.3
4	นิยายที่วิไลฉบับ	4	2.1
	ราคา	4	2.1
5	นิยายที่วิไลฉบับ	3	1.6
	ชื่อฉบับได้รับความนิยม	3	1.6

จากตารางที่ 61 พบว่า อันดับ 1 ของการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อ คือพาดหัวข่าว คิดเป็นร้อยละ 66.8 อันดับ 2 คือ ข่าวย่อหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 13.2 อันดับ 3 คือคอลัมน์ประจำ คิดเป็นร้อยละ 6.3 อันดับ 4 คือ นิยายที่วิไลฉบับ และราคา คิดเป็นร้อยละ 2.1 อันดับ 5 คือ ของแถมแทรกในฉบับ และชื่อฉบับได้รับความนิยม คิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 62 จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	ความถี่	ร้อยละ
เพื่อฆ่าเวลา	46	15.80
เพื่อให้เพลิดเพลิน	23	7.90
เพื่อใช้ในการสนทนา	32	10.99
เพื่อปรับปรุงตนเอง	21	7.21
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา	40	13.74
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน	14	4.81
เพราะเป็นนิสัย	21	7.21
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป	77	26.46
อื่น ๆ	17	5.84
ทั้งหมด	291	100.0

ตารางที่ 63 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.68	.57	77
บรรยากาศในร้าน	4.86	.35	77
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.49	.66	77
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.66	.53	77
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.73	.50	77

จากตารางที่ 63 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน อันดับ 2 คือ การให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 3 คือ ทำเลที่ตั้ง อันดับ 4 คือ ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย อันดับ 5 คือ การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย

ตารางที่ 64 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านหนังสือของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อฆ่าเวลา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.83	.38	46
บรรยากาศในร้าน	4.89	.31	46
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.67	.52	46
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.63	.57	46
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.67	.63	46

จากตารางที่ 64 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน อันดับ 2 คือทำเลที่ตั้ง อันดับ 3 คือ การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย และการให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 4 คือ ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย

ตารางที่ 65 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านหนังสือของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อหาความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.78	.53	40
บรรยากาศในร้าน	4.90	.30	40
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.68	.53	40
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.80	.46	40
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.80	.52	40

จากตารางที่ 65 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน อันดับ 2 คือ ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย และการให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 3 คือ ทำเลที่ตั้ง อันดับ 4 คือ การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย



ตารางที่ 66 จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	ความถี่	ร้อยละ
เพื่อฆ่าเวลา	39	13.40
เพื่อให้เพลิดเพลิน	82	28.17
เพื่อใช้ในการสนทนา	7	2.40
เพื่อปรับปรุงตนเอง	28	9.62
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา	27	9.27
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน	18	6.18
เพราะเป็นนิสัย	12	4.12
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป	70	24.05
อื่น ๆ	8	2.74
ทั้งหมด	291	100.0

จากตารางที่ 66 พบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่มาเป็น อันดับ 1 คือ เพื่อให้เพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 28.17 อันดับ 2 คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.05 อันดับ 3 คือเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็นร้อยละ 13.4 อันดับ 4 คือ เพื่อปรับปรุงตนเอง คิดเป็นร้อยละ 9.62 อันดับ 5 คือ เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.27 อันดับ 6 คือ เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 6.18 อันดับ 7 คือ เพราะเป็นนิสัย คิดเป็นร้อยละ 4.12 อันดับ 8 คือ อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.74 อันดับสุดท้ายคือ เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 2.40

ตารางที่ 67 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้อ่านนิตยสาร เพื่อความเพลิดเพลิน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.67	.57	82
บรรยากาศในร้าน	4.87	.34	82
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.68	.61	82
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.78	.45	82
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.73	.61	82

จากตารางที่ 67 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน ด้วยค่า อันดับ 2 คือ ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย อันดับ 3 คือ การให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 4 คือ การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย อันดับ 5 คือ ทำเลที่ตั้ง

ตารางที่ 68 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้อ่านโดยสาร เพื่อความเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.77	.52	70
บรรยากาศในร้าน	4.91	.28	70
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.46	.61	70
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.71	.46	70
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.76	.49	70

จากตารางที่ 30 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน อันดับ 2 คือทำเลที่ตั้ง  
 อันดับ 3 คือการให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 4 คือความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย  
 อันดับ 5 คือการให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย

ตารางที่ 69 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อบริษัทที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อ  
นิตยสารเพื่อมาเวลา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.95	.22	39
บรรยากาศภายในร้าน	4.87	.34	39
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.79	.41	39
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.72	.46	39
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.64	.58	39

จากตารางที่ 69 พบว่า อันดับ 1 คือทำเลที่ตั้ง อันดับ 2 คือบรรยากาศภายในร้าน  
อันดับ 3 คือ การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย อันดับ 4 คือ ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย  
อันดับ 5 คือการให้บริการจากพนักงานขาย

ตารางที่ 70 จำนวนของปริมาณหนังสือที่ออกเกิดที่ผู้ซื้อ ชื่อต่อปี

อันดับ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2 เล่ม	56	19.2
2 - 3 เล่ม	31	17.5
4 - 5 เล่ม	44	15.1
6 - 7 เล่ม	28	9.6
8 - 9 เล่ม	4	1.4
10 เล่มขึ้นไป	101	34.7
ไม่ตอบ	7	2.4

จากตารางที่ 70 พบว่า อันดับ 1 คือปีละ 10 เล่มขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.7  
 อันดับ 2 คือต่ำกว่า 2 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 19.2 อันดับ 3 คือ 4-5 เล่ม คิดเป็นร้อยละ  
 15.1 อันดับ 4 คือ 2-3 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 17.5 อันดับ 5 คือ 6-7 เล่ม คิดเป็นร้อยละ  
 9.6 อันดับ 6 คือ 8-9 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 71 จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือที่ออกเกิด เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	ความถี่	ร้อยละ
เพื่อฆ่าเวลา	41	14.09
เพื่อให้เพลิดเพลิน	84	28.87
เพื่อใช้ในการสนทนา	14	4.81
เพื่อปรับปรุงตนเอง	34	11.68
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา	24	8.25
เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน	22	7.56
เพราะเป็นนิสัย	7	2.41
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป	60	20.61
อื่น ๆ	5	1.72
ทั้งหมด	291	100.0

จากตารางที่ 71 พบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสือที่ออกเกิดที่มาเป็น อันดับ 1 คือ เพื่อให้เพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 28.87 อันดับ 2 คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.61 อันดับ 3 คือเพื่อฆ่าเวลา คิดเป็นร้อยละ 14.09 อันดับ 4 คือ เพื่อปรับปรุงตนเอง คิดเป็นร้อยละ 11.68 อันดับ 5 คือ เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.25 อันดับ 6 คือ เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.56 อันดับ 7 คือเพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 4.81 อันดับ 8 คือเพราะเป็นนิสัย คิดเป็นร้อยละ 2.41 อันดับสุดท้ายคืออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.72

ตารางที่ 72 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้อ่านหนังสือฟ็อกเก็ต เพื่อให้ผลิตเพลน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.67	.52	84
บรรยากาศในร้าน	4.90	.30	84
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.70	.58	84
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.79	.44	84
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.73	.63	84

จากตารางที่ 72 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน อันดับ 2 คือ ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย อันดับ 3 คือ ทำเลที่ตั้ง อันดับ 4 คือ การให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 5 คือ การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย

ตารางที่ 73 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้อ่านหนังสือฟ็อกเก็ตเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.72	.49	60
บรรยากาศในร้าน	4.88	.32	60
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.47	.68	60
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.68	.47	60
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.67	.51	60

จากตารางที่ 73 พบว่า อันดับ 1 คือ บรรยากาศในร้าน อันดับ 2 คือทำเลที่ตั้งด้วย  
ค่าคะแนนเฉลี่ย อันดับ 3 คือความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย อันดับ 4 คือการให้บริการ  
จากพนักงานขาย อันดับ 5 คือการให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย



ตารางที่ 74 ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านหนังสือของกลุ่มผู้อ่านหนังสือฟ็อคเก็ตเพื่อฆ่าเวลา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D	จำนวน
ทำเลที่ตั้ง	4.78	.42	41
บรรยากาศในร้าน	4.80	.40	41
การให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย	4.78	.42	41
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย	4.71	.51	41
การให้บริการจากพนักงานขาย	4.85	.36	41

จากตารางที่ 74 พบว่า อันดับ 1 คือการให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 2 คือบรรยากาศในด้าน อันดับ 3 คือทำเลที่ตั้ง อันดับ 4 คือความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย อันดับ 5 คือการให้บริการที่เป็นเทคนิคการขาย

**ประวัติผู้วิจัย**

น.ส.สมปอง รัตนบุตร เกิดเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2512 ที่ อ.เมืองฯ จ.นครปฐม  
จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2533  
เข้าศึกษาต่อที่ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2534

