

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า



นางสาวสมพงษ์ โธษบุตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการหนังสือพิมพ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2539

ISBN 974-634-444-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 175 20940

**Factors related to Bookstores that affect
customers decision to go for the service**

Miss Sompong Tonabut

A Thesis Submitted in Partial fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

1996

ISBN 974-634-444-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์ บัณฑิตที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจ
 ใช้บริการของลูกค้า
 โดย นางสาวสมปอง โชนบุตร
 ภาควิชา การหนังสือพิมพ์
 อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.ดวงกมล ขาติประเสริฐ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้
 เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

..... *Sanit Jongsurran*คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
 (รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ จูงสุวรรณ)

คณะกรรมการวิทยานิพนธ์

..... *Intar Lowran*ประธานกรรมการ
 (รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เขยประทับ)

..... *Dumras Chatchaiyong*อาจารย์ที่ปรึกษา
 (อาจารย์ ดร.ดวงกมล ขาติประเสริฐ)

..... *Saeng-ua*กรรมการ
 (รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

สมปอง โธนาบุตร : ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า (FACTORS RELATED TO BOOKSTORES THAT AFFECT CUSTOMERS DECISION TO GO FOR THE SERVICE) อ.ที่ปรึกษา : ควงกมล ชาติประเสริฐ, 156 หน้า 974-634-444-7

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ความต้องการและวัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสือ ตลอดจนพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า นอกจากนี้ยังศึกษาว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพ ความต้องการ และลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกัน จะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าแตกต่างกันหรือไม่ งานวิจัยนี้สำรวจลูกค้าที่ใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือจากร้านจำหน่ายหนังสือจำนวน 8 ร้าน ในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดราชบุรี จำนวน 350 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าร้านจำหน่ายหนังสือส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่น มีการศึกษาดี ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความตั้งใจที่จะมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด รองลงมาคือตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้จักซื้อหนังสืออะไร และชอบที่จะเลือกชมหนังสือด้วยตนเองมากกว่าที่จะให้พนักงานมาแนะนำ
2. สถานภาพการศึกษาของลูกค้าที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการให้บริการเทคนิคการขายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าหนังสือพิมพ์ ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง และการให้บริการ เทคนิคการขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้านิตยสาร ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายและการให้บริการจากพนักงานขาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. ความต้องการที่แตกต่างกันของหนังสือฟ็อกเก็ต ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายและบรรยากาศในร้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้าน ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
7. ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากความพอใจที่มีต่อพนักงานขาย ที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ ทำเลที่ตั้ง การให้บริการเทคนิคการขาย ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย และการให้บริการจากพนักงานขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาควิชา การหนังสือพิมพ์
 สาขาวิชา การหนังสือพิมพ์
 ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิสิต *สมปอง โธนาบุตร*
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *ควงกมล ชาติประเสริฐ*
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C450125 : MAJOR JOURNALISM
KEY WORD: BOOKSTORES / SERVICE

SOMPONG TONABUT :FACTORS RELATED TO BOOKSTORES THAT AFFECT CUSTOMERS DECISION TO GO FOR THE SERVICE. THESIS ADVISOR: DUANG-KAMOL CHARTPRASERT, Ph.D. 156 PP. ISBN 974-634-444-7

This study is aimed at studying factors that influence prospective customers to visit bookstores as well as the customers' needs, aims and behaviours. the research also looks into the question as to whether bookstore customers with different backgrounds, needs and behaviours would differently place importance on those factors. A total of 350 prospective customers who visited eight bookstores in Nakhon Pathom and Ratchaburi provinces were surveyed by means of questionnaires.

In analysing the data, tables of frequencies, percentage and means, as well as standard deviation, one-way Anova and tests of proportion were used.

The findings are as follows:

1. Most prospective customers are well-ecuated youths (with university or post-graduate education). The biggest group is the ones who said they intended to buy books, followed by those who said they intended to buy but did not know what books they really wanted to read, Most said they proffered to select books by themselves rather than being commended by bookshop staff.

2. Customers with different levels of eduication place importance on sales incentives (such as discounts and free gifts) differently. (p=0.05)

3. Customers with different frequencies of visit to bookstores place importance on the locations and sales incentives differently. (p=0.05)

4. Prospective magazine buyers with different frequencies of visit place importance on the timeliness on bookstalls and sale staff's service differently. (p=0.05)

5. Prospective pocketbook buyers with different frequencies of visit place importance on the timeliness on bookstalls and stores' interior designs and book displays differently. (p=0.05)

6. Prospective customers with different reasons to visit bookstores place importance on the stores' locations differently. (p=0.05)

7. Differences were found between prospective customers who profer to select books by themselves and those who want recommendations from sales staff, over the importance they place on locations, sales incentives, time liness on bookstalls and sales staff's service. (p=0.05)

ภาควิชา.....ภาวหนังสือพิมพ์.....

ลายมือชื่อนิสิต.....นิรมล สอนภว.....

สาขาวิชา.....ภาวหนังสือพิมพ์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....อ.สมาน ชาติดา.....

ปีการศึกษา.....2538.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ
ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์เสถียร เขยประทับ
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์รจิตลักษณ์ แสงอุไร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์
ที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำและแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย
ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง
มา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูล ผู้อำนวยความสะดวกในเก็บรวบรวมข้อมูลทุกท่าน ที่ได้กรุณา
เสียสละเวลาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคุณพิระชน วิมลเมือง ผู้จัดการทั่วไป บริษัทสามัคคีสาร (ดอกหญ้า) จำกัด
มหาชน ที่เป็นผู้กรุณาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี อีกทั้งยังให้คำแนะนำเพื่อเป็นแนวทางใน
การเก็บข้อมูล ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างรวดเร็วขึ้นเป็นอย่างมาก

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยตลอดมา จนทำให้
ผู้วิจัยได้มีวันนี้ วันที่ถือได้ว่าได้ตอบแทน ทาท้าบิดา มารดา ได้มีความสุข

สมปอง โชนบุตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญแผนภาพ.....	ด
บทที่	
1 บทนำ.....	1
- ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
- วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	4
- ขอบเขตการวิจัย.....	5
- ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	5
- นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
- ความสำคัญของหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ต.....	7
- ระบบการจัดจำหน่ายหนังสือในเมืองไทย.....	9
- เส้นทางการจัดจำหน่าย.....	12
- สื่อสิ่งพิมพ์กับการปรับปรุงตลาด.....	12
- แนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้อง.....	17
- การตลาด.....	22
- สมมติฐานการวิจัย.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	25
- การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	25
- การสร้างแบบสอบถาม.....	26
- ตัวแปรที่ศึกษา.....	28
- การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
- การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
- สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4 ผลการศึกษา.....	32
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
รายการอ้างอิง.....	114
ภาคผนวก.....	117
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	118
ภาคผนวก ข ตารางรายละเอียดข้อมูลจากการสำรวจ.....	127
ประวัติผู้เขียน.....	155

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ส่วนแบ่งในการดำเนินงานธุรกิจแพรรนไฮส์ศึกษารักษณ์มิมาร์ค.....	15
2	ส่วนแบ่งในการดำเนินงานธุรกิจดอกหญ้า แพรรนไฮส์.....	16
3	จำนวนของสถานภาพผู้อ่านโดยรวม.....	32
4	จำนวนของกลุ่มที่ทำงานแล้วมีช่วงเงินเดือนอย่างไร.....	34
5	จำนวนของกลุ่มที่ยังไม่ได้ทำงาน แต่ได้รับเงินเดือนจากผู้ปกครองในปริมาณเท่าใด.....	35
6	จำนวนลักษณะพฤติกรรมผู้ใช้บริการ.....	36
7	ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า.....	37
8	ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า.....	38
9	ค่าคะแนนเฉลี่ยของสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อ.....	40
10	จำนวนผู้ใช้บริการที่ทำให้ความสำคัญกับส่วนต่างของหนังสือพิมพ์.....	41
11	ส่วนของหนังสือพิมพ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์ของผู้ใช้บริการซึ่งจําแนกตามลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ.....	42
12	จำนวนของนิตยสารประเภทต่าง ๆ ที่ผู้ซื้อส่วนมากเลือกซื้อตามลำดับเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์.....	44
13	จำนวนผู้ใช้บริการที่ทำให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของนิตยสาร เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสาร.....	45
14	จำนวนของหนังสือที่ออกเกิดประเภทต่าง ๆ ที่ผู้ซื้อส่วนมากเลือกซื้อตามลำดับ....	46
15	จำนวนผู้ใช้บริการที่ทำให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือที่ออกเกิด.....	47
16	จำนวนของผู้ที่ระบุวัตถุประสงค์ด้านต่าง ๆ ในการซื้อหนังสือพิมพ์.....	48
17	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ซึ่งจําแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสือพิมพ์.....	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
18	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ระบุวัตถุประสงค์ด้านต่าง ๆ ในการซื้อนิตยสาร....	50
19	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ซึ่งจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อนิตยสาร.....	51
20	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ระบุวัตถุประสงค์ด้านต่าง ๆ ที่ใช้ในการซื้อหนังสือพ็อคเก็ต.....	52
21	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ซึ่งจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อหนังสือพ็อคเก็ต.....	53
22	จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือพ็อคเก็ตเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ.....	54
23	สถานภาพโดยส่วนรวมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมกรใช้บริการกรณีไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน.....	55
24	สถานภาพโดยส่วนรวมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมกรใช้บริการกรณีตั้งใจมาใช้บริการ แต่ไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร.....	55
25	สถานภาพโดยส่วนรวมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมกรใช้บริการกรณีตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม.....	56
26	ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มากเป็นอันดับ 1 กลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมกรจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้านที่แตกต่างกัน.....	57
27	ค่าคะแนนเฉลี่ยของสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มากเป็นอันดับ 1 กลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมกรจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้านแตกต่างกัน..	57
28	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการศึกษากับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เรื่องการให้บริการเทคนิคการขาย.....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อหนังสือพิมพ์ กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้าน ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่องทำเลที่ตั้ง.....	60
30	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อหนังสือพิมพ์ กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในเรื่อง การให้บริการเทคนิคการขาย.....	61
31	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อนิตยสาร กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในเรื่องความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย.....	63
32	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อนิตยสาร กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในเรื่องการให้บริการจากพนักงานขาย.....	65
33	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อพ็อคเก็ต กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่องบรรยากาศในร้าน.....	67
34	ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อหนังสือพ็อคเก็ต กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่องความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย.....	69
35	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้านกับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในเรื่องทำเลที่ตั้ง.....	71
36	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้าน กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่องการให้บริการจากพนักงานขาย.....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
37	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากนิสัยในการเลือกชม กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่องทำเลที่ตั้ง.....	75
38	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่พิจารณาจากนิสัยในการเลือกชม กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่อง การให้บริการเทคนิคการขาย.....	77
39	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมใช้บริการที่พิจารณาจากนิสัยในการเลือกชม กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่องความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย.....	79
40	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะพฤติกรรมใช้บริการที่พิจารณาจากนิสัยในการเลือกชม กับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ในเรื่อง การให้บริการจากพนักงานขาย.....	81
41	ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของ กลุ่มผู้ซื้อที่มีความต้องการต่อหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน.....	83
42	ผลการทดสอบความแปรปรวน ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มผู้ซื้อที่มีความต้องการต่อนิตยสารที่แตกต่างกัน.....	85
43	ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มผู้ซื้อที่มีความต้องการต่อหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน.....	88
44	ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มผู้ซื้อที่มีสถานภาพการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
45	ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการตามเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้านที่แตกต่างกัน.....	93
46	ผลการทดสอบความแปรปรวนระหว่างคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน ตามความพอใจที่มีต่อการปฏิบัติตัวของพนักงาน.....	96
47	สรุปความสัมพันธ์.....	101
48	จำนวนของเพศผู้ซื้อ.....	127
49	จำนวนของอายุผู้ซื้อ.....	128
50	จำนวนของระดับการศึกษาผู้ซื้อ.....	129
51	จำนวนของสถานภาพการทำงานของผู้ซื้อ.....	130
52	จำนวนของอาชีพของผู้ซื้อ.....	131
53	จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อที่ถูกแบ่งออกตามลักษณะของอาชีพ.....	132
54	จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อที่แบ่งตามเหตุที่ตัดสินใจเดินเข้าไปใช้บริการในร้านหนังสือ	133
55	จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อที่แบ่งตามความรู้สึกพอใจต่อการปฏิบัติตัวของพนักงาน....	134
56	ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือ .	135
57	ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือ.....	137
58	จำนวนของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ที่ถูกแบ่งตามจำนวนหนังสือพิมพ์ที่ซื้อต่อเดือน.....	138
59	จำนวนผู้ให้บริการที่ให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ กรณีไม่ตั้งใจแต่บังเอิญผ่าน.....	139

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
60	จำนวนผู้ให้บริการที่ให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ กรณีตั้งใจมาใช้บริการแต่ยังไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร.....	140
61	จำนวนผู้ให้บริการที่ให้ความสำคัญกับส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ของกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ กรณีตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม.....	141
62	จำนวนของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ.....	142
63	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป.....	143
64	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ เพื่อฆ่าเวลา.....	144
65	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ เพื่อหาความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา.....	145
66	จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อนิตยสาร เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ.....	146
67	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อนิตยสาร เพื่อความเพลิดเพลิน.....	147
68	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อนิตยสาร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป.....	148
69	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อนิตยสาร เพื่อฆ่าเวลา.....	149
70	จำนวนของปริมาณหนังสือที่ออกเกิดที่ผู้ซื้อซื้อต่อปี.....	150
71	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือที่ออกเกิด เพื่อเพลิดเพลิน.....	151
72	จำนวนของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือที่ออกเกิด เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ.....	152

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
73	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือ ของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือฟ็อคเก็ต เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป.....	153
74	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านจำหน่ายหนังสือ ของกลุ่มผู้ซื้อหนังสือฟ็อคเก็ต เพื่อฆ่าเวลา.....	154

สารบัญแนภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพเส้นทางการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์.....	12