

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่าง ๆ กันระหว่าง 15-70 ปี ทั้งหมด 200 ราย ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งได้เป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ (ตารางที่ 1 – 5)

- เพศ
- อายุ
- อาชีพ
- ระดับการศึกษา
- สูงสุด
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านหนังสือ (ตารางที่ 6 – 17)

- ความถี่ในการใช้บริการร้านหนังสือ
- วันที่มักจะใช้บริการร้านหนังสือ
- เวลาที่มาใช้บริการร้านหนังสือ
- เวลาที่ใช้ในร้านหนังสือ
- ลักษณะการซื้อหนังสือ
- ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการร้านหนังสือ
- ประเภทสินค้าที่ซื้อ
- ประเภทหนังสือที่ซื้อ
- ระดับความถี่ในการซื้อหนังสือประเภทต่างๆ
- ความถี่ในการไปซื้อหนังสือจากร้านหนังสือต่างๆ
- เหตุผลในการเลือกร้านหนังสือ
- บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจของผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือ

- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 18 – 24)
- ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
 - ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา
 - ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
 - ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากร
 - ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกายภาพ
 - ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 25 – 31)
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านหนังสือ (ตารางที่ 32)

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	112	56.0
ชาย	88	44.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.0 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 44.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	42	21.0
20-30 ปี	75	37.5
31-40 ปี	43	21.5
41-50 ปี	28	14.0
มากกว่า 50 ปี	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 37.5 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 21.5 และอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 21.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	101	50.5
ข้าราชการ	24	12.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	9.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10	5.0
อื่นๆ	46	23.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้าง พนักงานบริษัท และเกษียณ

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 50.5 รองลงมาได้แก่ อื่นๆ ร้อยละ 23.0 และ ข้าราชการ ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	2	1.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	2.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	15	7.5
ปวส./อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	10	5.0
ปริญญาตรี	137	68.5
สูงกว่าปริญญาตรี	32	16.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.5 รองลงมาได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 16.0 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	75	37.5
5,000-10,000 บาท	48	24.0
10,001-15,000 บาท	37	18.5
15,001-20,000 บาท	19	9.5
20,000 บาทขึ้นไป	21	10.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 37.5 รองลงมาได้แก่ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 24.0 และ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 18.5

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านหนังสือ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการร้านหนังสือ

ความถี่ในการมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	24	12.0
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	33	16.5
เดือนละ 2-3 ครั้ง	47	23.5
เดือนละ 1 ครั้ง	40	20.0
2-3 เดือนต่อครั้ง	40	20.0
อื่นๆ	16	8.0
รวม	200	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ตามโอกาส นานๆครั้ง และไม่แน่นอน

จากตารางที่ 6 ผู้ซื้อส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านหนังสือเดือนละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 23.5 รองลงมาได้แก่ เดือนละ 1 ครั้ง และ 2-3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามวันที่มักจะใช้บริการร้านหนังสือ

วันที่มาใช้บริการร้านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	18	9.0
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ	102	51.0
ทั้งวันธรรมดา เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ	80	40.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มักจะใช้บริการร้านหนังสือในวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดราชการ ร้อยละ 51.0 รองลงมาได้วันธรรมดา เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดราชการ ร้อยละ 40.0 และวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 9.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามเวลาที่ผู้ซื้อมาใช้บริการร้านหนังสือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เวลาที่มาใช้บริการร้านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
09.00-12.00 น.	34	17.0
12.01-15.00 น.	34	17.0
15.01-18.00 น.	71	35.5
หลัง 18.00 น.	94	47.0

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ซื้อทั้งหมด 200 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มาซื้อหนังสือในช่วงเวลาหลัง 18.00 น. ร้อยละ 47.0 รองลงมาได้แก่ มาซื้อในช่วงเวลา 15.01-18.00 ร้อยละ 35.5 และมาซื้อในช่วงเวลา 09.00-12.00 และ 12.01-15.00 ร้อยละ 17.0 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามเวลาที่ใช้ในร้านหนังสือ

เวลาที่ใช้เฉลี่ย/ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	28	14.0
15-30 นาที	88	44.0
31-60 นาที	43	21.5
1 ชั่วโมงขึ้นไป	41	20.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ใช้เวลาในร้านหนังสือเฉลี่ยครั้งละ 15-30 นาที ร้อยละ 44.0 รองลงมาได้แก่ ใช้เวลาเฉลี่ยครั้งละ 31-60 นาที ร้อยละ 21.5 และใช้เวลาเฉลี่ยครั้งละ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 20.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามลักษณะการซื้อหนังสือ

การซื้อหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยซื้อ	0	0.0
ซื้อเป็นบางครั้ง	165	82.5
ซื้อทุกครั้ง	35	17.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีลักษณะการซื้อหนังสือเป็นบางครั้งเมื่อเข้าร้านหนังสือ ร้อยละ 82.5 รองลงมาได้แก่ ซื้อทุกครั้ง ร้อยละ 17.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามจำนวนค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการร้านหนังสือ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	46	23.0
101-200 บาท	65	32.5
201-300 บาท	46	23.0
301-400 บาท	26	13.0
401-500 บาท	10	5.0
500 บาทขึ้นไป	7	3.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการร้านหนังสือครั้งละ 101-200 บาท ร้อยละ 32.5 รองลงมาได้แก่ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยครั้งละต่ำกว่า 100 บาท และ 201-300 บาท ร้อยละ 23.0 เท่ากัน

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามประเภทสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือประเภทต่างๆ	181	90.5
เครื่องเขียน	99	49.5
อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการเรียน	61	30.5
อุปกรณ์และเกมส่งเสริมการเรียนการสอน	14	7.0
ซีดีรอม เทป และวีดีโอเพื่อการศึกษา	6	3.0
วีดีโอประเภทสารคดี	5	2.5
อุปกรณ์กีฬา	5	2.5
อื่นๆ	6	3.0

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ซื้อทั้งหมด 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์แบบพกพาได้

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านหนังสือเพื่อซื้อหนังสือประเภทต่างๆ ร้อยละ 90.5 รองลงมาได้แก่ เครื่องเขียน ร้อยละ 49.5 และอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการเรียน ร้อยละ 30.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามประเภทหนังสือที่ซื้อ

ประเภทหนังสือที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	132	66.0
นิตยสาร	118	59.0
แบบเรียน/คู่มือเตรียมสอบ	99	49.5
หนังสืออ่านนอกเวลา	78	39.0
พ็อคเก็ตบุ๊กต่างๆ	71	35.5
หนังสือเด็ก/การ์ตูน	67	33.5
เรื่องสั้น/นวนิยาย	64	32.0
พจนานุกรม	62	31.0
วรรณกรรมแปล	60	30.0
ชีวิตและสุขภาพ	56	28.0
คอมพิวเตอร์	50	25.0
ภาษาต่างประเทศ	46	23.0
สารคดี/ท่องเที่ยว	43	21.5
นิทาน/วรรณกรรมเยาวชน	40	20.0
ดนตรี/ศิลปะ	29	14.5
การบริหารจัดการ	26	13.0
อาหาร/ขนม/เครื่องดื่ม	26	13.0
งานประดิษฐ์/ศิลปะ	20	10.0
การดูแลเด็ก	11	5.5
อื่นๆ	5	2.5

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ซื้อทั้งหมด 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ หนังสือกฎหมาย หนังสือเกี่ยวกับการถ่ายรูป หนังสือกลอน หนังสือกีฬา และหนังสือรด

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ซื้อหนังสือส่วนใหญ่ซื้อหนังสือประเภทหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 66.0 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร ร้อยละ 59.0 และแบบเรียนและคู่มือเตรียมสอบ ร้อยละ 49.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละตามระดับความถี่ในการซื้อหนังสือประเภทต่างๆ

ประเภทหนังสือ	จำนวนผู้ซื้อในแต่ละอันดับ			ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก
	อันดับที่ 1 (น้ำหนัก 3)	อันดับที่ 2 (น้ำหนัก 2)	อันดับที่ 3 (น้ำหนัก 1)	
หนังสือพิมพ์	51	22	18	35.8
นิตยสาร	29	43	16	31.5
แบบเรียน/คู่มือเตรียมสอบ	29	16	28	24.5
หนังสืออ่านนอเวลา	5	19	15	11.3
หนังสือเด็ก/การ์ตูน	17	8	13	13.3
นิทาน/วรรณกรรมเยาวชน	2	5	10	4.3
วรรณกรรมแปล	10	15	18	13.0
เรื่องสั้น/นวนิยาย	6	8	18	8.7
การบริหารจัดการ	5	3	1	3.7
คอมพิวเตอร์	9	8	5	8.0
ภาษาต่างประเทศ	2	9	9	5.5
พจนานุกรม	-	2	3	1.2
ดนตรี/ศิลปะ	2	6	2	3.3
สารคดี/ท่องเที่ยว	2	6	12	5.0
อาหาร/ขนม/เครื่องดื่ม	2	2	4	2.3
ชีวิตและสุขภาพ	11	12	11	11.3
การดูแลเด็ก	1	2	-	1.2
งานประดิษฐ์/ศิลปะ	2	-	3	1.5
พื้อกเก๋ตบู้คต่างๆ	12	12	13	12.2
อื่นๆ	3	2	1	2.3
รวม	200	200	200	200.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ หนังสือกฎหมาย หนังสือเกี่ยวกับการถ่ายรูป หนังสือกลอน หนังสือกีฬา และหนังสือรถ

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ซื้อจัดอันดับความถี่ของหนังสือประเภทต่างๆที่ซื้อจากร้านหนังสือโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ดังนี้คือ อันดับ 1 ได้แก่ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 35.8 อันดับ 2 ได้แก่ นิตยสาร มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 31.5 และอันดับ 3 ได้แก่ แบบเรียนและคู่มือเตรียมสอบ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 24.5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามความถี่ในการไปซื้อหนังสือจากร้านหนังสือต่างๆ

ร้านหนังสือ	ความถี่ในการซื้อ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	ไม่เคยซื้อ (0)		นานๆครั้ง (1)		ซื้อประจำ (2)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สุริวงค์ บุกเซ็นเตอร์	12	6.0	128	64.0	60	30.0	1.24	นานๆ ครั้ง
ร้านหนังสือดวงกมล	14	7.0	119	59.5	67	33.5	1.27	นานๆ ครั้ง
ซีเอ็ดบุคเซ็นเตอร์	67	33.5	94	47.0	39	19.5	0.86	นานๆ ครั้ง
ร้านอุดมผล	106	53.0	75	37.5	19	9.5	0.57	นานๆ ครั้ง
ร้านนายอินทร์	101	50.5	71	35.5	28	14.0	0.64	นานๆ ครั้ง
ร้านดอกหญ้า	68	34.0	110	55.0	22	11.0	0.77	นานๆ ครั้ง
อื่นๆ	1	4.5	5	22.7	16	72.7	1.68	ซื้อประจำ

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ร้าน Asia Books ร้าน I-Book ร้านโตเกียวโตบุค ร้านหนังสือทั่วไป ร้านหนังสือเก่า ร้านหนังสือใกล้บ้าน และร้านในงานจัดงานขายหนังสือต่างๆ

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านสุริวงค์บุคเซ็นเตอร์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านหนังสือดวงกมล มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านซีเอ็ดบุคเซ็นเตอร์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านอุดมผล มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านนายอินทร์ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านดอกหญ้า มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อนานๆครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านหนังสืออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อประจำ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อ จำแนกตามเหตุผลในการเลือกร้านหนังสือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลในการเลือกร้านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับคำแนะนำมา	12	6.0
มีหนังสือให้เลือกหลากหลาย	154	77.0
มีบริการที่ดี	43	21.5
การเดินทางและที่จอดรถสะดวก	130	65.0
อื่นๆ	12	6.0

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ซื้อทั้งหมด 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เพราะใกล้บ้าน เป็นร้านประจำ เป็นร้านที่มีชื่อเสียง สินค้ามีราคาถูก และมีบัตรสมาชิก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อหนังสือตามร้านหนังสือต่างๆ เพราะมีหนังสือให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 77.0 รองลงมาได้แก่ เพราะการเดินทางและที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 65.0 และเพราะมีบริการที่ดี ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจของผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บุคคลที่มีส่วนช่วยในการเลือกร้าน	จำนวน	ร้อยละ
พ่อแม่	28	14.0
ญาติ/พี่น้อง	43	21.5
ครู/อาจารย์	32	16.0
สามี/ภรรยา	29	14.5
อื่นๆ	115	57.5

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ซื้อทั้งหมด 200 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อน และตัวเอง

จากตารางที่ 17 พบว่า บุคคลส่วนใหญ่ที่มีส่วนช่วยในการเลือกร้านหนังสือได้แก่ บุคคลอื่นๆ ร้อยละ 57.5 รองลงมาได้แก่ ญาติหรือพี่น้อง ร้อยละ 21.5 และครู/อาจารย์ ร้อยละ 16.0

ส่วนที่ 3: ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียง	6	3	13	6.5	78	39	78	39	78	39	25	12.5	200	100	3.52	มาก
2. มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย	0	0	8	4	33	16.5	71	35.5	88	44	88	44	200	100	4.20	มาก
3. มีหนังสือหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก	0	0	4	2	27	13.5	80	40	89	44.5	89	44.5	200	100	4.27	มาก
4. มีหนังสือต่างประเภทจำหน่าย	15	7.5	22	11	73	36.5	52	26	38	19	38	19	200	100	3.38	ปานกลาง
5. มีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมีออกจำหน่ายสูง	6	3	9	4.5	67	33.5	76	38	42	21	42	21	200	100	3.70	มาก
6. มีหนังสือใหม่ออกจำหน่ายเสมอ	2	1	1	0.5	29	14.5	93	46.5	75	37.5	75	37.5	200	100	4.19	มาก
7. ดูจากร้านมีความสวยงามและแข็งแรง	27	13.5	43	21.5	80	40	35	17.5	15	7.5	15	7.5	200	100	2.84	ปานกลาง
8. หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย	1	0.5	10	5	32	16	76	38	81	40.5	81	40.5	200	100	4.13	มาก
9. สินค้าที่นำมาออกจำหน่ายหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย	1	0.5	11	5.5	41	20.5	76	38	71	35.5	71	35.5	200	100	4.03	มาก
10. การรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา	5	2.5	9	4.5	34	17	82	41	70	35	70	35	200	100	4.02	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม														3.83	มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งคือ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การมีหนังสือจากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูง การมีหนังสือใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอันานอกจากหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้ หากมีปัญหา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การมีหนังสือต่างประเภทจำหน่าย และดูจากร้านมีความสวยงามและแข็งแรง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้าน
หนึ่งคือ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. ราคาหนึ่งคือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น	3	1.5	12	6	51	25.5	65	32.5	69	34.5	200	100	3.93	มาก
2. ราคาหนึ่งคือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ เท่ากับร้านอื่น	2	1	13	6.5	90	45	77	38.5	18	9	200	100	3.48	ปานกลาง
3. ขยหนงสือตมราคามนปกหนงสือ	2	1	18	9	87	43.5	64	32	29	14.5	200	100	3.50	มาก
4. สามารถใช้บัตรเครดิตในการชำระเงินได้	34	17	40	20	67	33.5	45	22.5	14	7	200	100	2.83	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม												3.43	ปานกลาง	

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งคือ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ราคาหนึ่งคือ เครื่องเขียนและสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น และการขายหนงสือตามราคามนปกหนงสือ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาหนึ่งคือ เครื่องเขียนและสินค้าอื่นๆเท่ากับร้านอื่น และความสามารถในการใช้บัตรเครดิตในการชำระเงินได้

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนร้านค้า รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งชื่อ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลงผล	
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม				ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ท่าเรือที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง	0	0	1	0.5	32	16	49	34.5	69	34.5	200	100	4.18	มาก	
2. ท่าเรือที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า	1	0.5	19	9.5	75	37.5	69	34.5	36	18	200	100	3.60	มาก	
3. ท่าเรือที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา	1	0.5	4	2	57	28.5	89	44.5	49	24.5	200	100	3.91	มาก	
4. ท่าเรือที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	5	2.5	8	4	57	28.5	83	41.5	47	23.5	200	100	3.80	มาก	
5. มีการออกบูธขายสินค้าตามโอกาสต่างๆ เช่นงานสัปดาห์หนึ่งชื่อ	9	4.5	36	18	86	43	42	21	27	13.5	200	100	3.21	ปานกลาง	
													3.74	มาก	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งชื่อโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ท่าเรือที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ท่าเรือที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ท่าเรือที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา และท่าเรือที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการออกบูธขายสินค้าตามโอกาสต่างๆ เช่นงานสัปดาห์หนึ่งชื่อ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งคือ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	10	5	45	22.5	86	43	49	24.5	10	5	200	100	3.02	ปานกลาง
2. มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า	6	3	23	11.5	49	24.5	87	43.5	35	17.5	200	100	3.61	มาก
3. บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้	13	6.5	24	12	61	30.5	62	31	40	20	200	100	3.46	ปานกลาง
4. มีการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	11	5.5	28	14	64	32	66	33	31	15.5	200	100	3.39	ปานกลาง
5. มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า	4	2	19	9.5	34	17	92	46	51	25.5	200	100	3.84	มาก
6. มีการจัดอันดับหนังสือขายดี	4	2	31	15.5	61	30.5	63	31.5	41	20.5	200	100	3.53	มาก
7. บริการห่อปกหนังสือให้ฟรี	11	5.5	16	8	46	23	66	33	61	30.5	200	100	3.75	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม												3.51	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งคือโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า มีการจัดอันดับหนังสือขายดี และมีบริการห่อปกหนังสือให้ฟรี ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้ และมีการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือก
ร้านหนึ่งคือ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. พนักงานแต่งกายในชุดยูนิฟอร์ม สะอาด และเรียบร้อย	6	3	22	11	81	40.5	57	28.5	34	17	200	100	3.46	ปานกลาง
2. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	1	0.5	5	2.5	45	22.5	77	38.5	72	36	200	100	4.07	มาก
3. พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์	1	0.5	4	2	39	19.5	81	40.5	75	37.5	200	100	4.13	มาก
4. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	1	0.5	5	2.5	34	17	83	41.5	77	38.5	200	100	4.15	มาก
5. พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	1	0.5	5	2.5	41	20.5	77	38.5	76	38	200	100	4.11	มาก
6. มีพนักงานมากพอในการให้บริการ	1	0.5	10	5	59	29.5	79	39.5	51	25.5	200	100	3.85	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม												3.96	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนึ่งคือโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และการมีพนักงานมากพอในการให้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ พนักงานแต่งกายในชุดยูนิฟอร์ม สะอาดและเรียบร้อย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อหนังสือ

ปัจจัยด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า	1	0.5	5	2.5	39	19.5	95	47.5	60	30	200	100	4.04	มาก		
2. ความสะอาดของร้าน	0	0	4	2	43	21.5	91	45.5	62	31	200	100	4.06	มาก		
3. ความกว้างขวางของร้าน	0	0	5	2.5	59	29.5	81	40.5	55	27.5	200	100	3.93	มาก		
4. แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน	0	0	3	1.5	41	20.5	85	42.5	71	35.5	200	100	4.12	มาก		
5. อากาศเย็นสบาย ปลอดโปร่ง ไม่มีอึดอัด	1	0.5	2	1	30	15	97	48.5	70	35	200	100	4.17	มาก		
6. การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม	0	0	6	3	78	39	71	35.5	45	22.5	200	100	3.78	มาก		
7. การจัดร้านให้ใช้กับเทศกาลต่างๆ	2	1	23	11.5	84	42	63	31.5	28	14	200	100	3.46	ปานกลาง		
8. สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก	1	0.5	5	2.5	24	12	96	48	74	37	200	100	4.19	มาก		
9. มีห้องน้ำสำหรับลูกค้า	3	1.5	17	8.5	53	26.5	62	31	65	32.5	200	100	3.85	มาก		
10. มีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ	7	3.5	17	8.5	55	27.5	65	32.5	56	28	200	100	3.73	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม													3.93	มาก		

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อบริการด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน ความกว้างขวางของร้าน แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน อากาศเย็นสบาย ปลอดโปร่ง ไม่มีอึดอัด การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก มีห้องน้ำสำหรับลูกค้า และมีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดร้านให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด(1)		น้อย(2)		ปานกลาง(3)		มาก(4)		มากที่สุด(5)		รวม		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	2	1	10	5	41	20.5	90	45	57	28.5	200	100	3.95	มาก		
2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	1	0.5	8	4	39	19.5	85	42.5	67	33.5	200	100	4.05	มาก		
3. ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าและบริการ	1	0.5	4	2	44	22	74	37	77	38.5	200	100	4.11	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม													4.04	มาก		

จากการวางที่ 24 พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน และ ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าและบริการ

ส่วนที่ 4: ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ช่วงอายุ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี		ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
1. ภาพลักษณ์และชื่อเสียง	3.40	ปานกลาง	3.61	มาก	3.44	ปานกลาง	3.75	มาก	3.00	ปานกลาง	3.52	มาก		
2. มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย	4.33	มาก	4.19	มาก	4.00	มาก	4.29	มาก	4.25	มาก	4.20	มาก		
3. มีหนังสือจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก	4.26	มาก	4.33	มาก	4.30	มาก	4.25	มาก	3.83	มาก	4.27	มาก		
4. มีหนังสือต่างประเภทจำหน่าย	3.60	มาก	3.52	มาก	3.12	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง		
5. มีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมีออกจำหน่ายสูง	3.95	มาก	3.72	มาก	3.67	มาก	3.54	มาก	3.08	ปานกลาง	3.70	มาก		
6. มีหนังสือใหม่จากจำหน่ายเสมอ	4.36	มาก	4.19	มาก	4.21	มาก	3.93	มาก	4.17	มาก	4.19	มาก		
7. ดูของร้านมีความสวยงามและแข็งแรง	3.29	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.46	น้อย	2.83	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง		
8. หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย	4.36	มาก	4.25	มาก	4.14	มาก	3.71	มาก	3.50	มาก	4.13	มาก		
9. สินค้าที่นำมาวางออกหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย	4.14	มาก	4.20	มาก	3.88	มาก	3.79	มาก	3.58	มาก	4.03	มาก		
10. การรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา	4.05	มาก	4.00	มาก	4.12	มาก	3.93	มาก	3.83	มาก	4.02	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	มาก	3.89	มาก	3.74	มาก	3.68	มาก	3.54	มาก	3.83	มาก		

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ชื้อที่ใช้บริการร้านหนึ่งคือทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ชื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย การมีหนึ่งชื่อจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก มีหนึ่งชื่อต่างประเทศจำหน่าย การมีหนึ่งชื่อที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดขายสูง การมีหนึ่งชื่อใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนึ่งในชื่อที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นนอกจากหนึ่งชื่อเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงและดูของร้านมีความสวยงามและแข็งแรง

ผู้ชื้อในกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย การมีหนึ่งชื่อจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนึ่งชื่อต่างประเทศจำหน่าย การมีหนึ่งชื่อที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดขายสูง การมีหนึ่งชื่อใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนึ่งในชื่อที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นนอกจากหนึ่งชื่อเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ดูของร้านมีความสวยงามและแข็งแรง

ผู้ชื้อในกลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย การมีหนึ่งชื่อจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนึ่งชื่อที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดขายสูง การมีหนึ่งชื่อใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนึ่งในชื่อที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นนอกจากหนึ่งชื่อเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีหนึ่งชื่อต่างประเทศจำหน่าย และดูของร้านมีความสวยงามและแข็งแรง

ผู้ชื้อในกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีหนึ่งชื่อจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนึ่งชื่อที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดขายสูง และมีหนึ่งชื่อใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนึ่งในชื่อที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นนอกจากหนึ่งชื่อ

เป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา บัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การมีหนังสือต่างประเทศจำหน่าย ส่วนบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ดុងของร้านมีความสวยงามและแข็งแรง

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย การมีหนังสือจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนังสือใหม่จากจำหน่ายเสมอ หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นนอกจากหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา ส่วนบัณฑิตย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีหนังสือต่างประเทศจำหน่าย การมีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูง และดុងของร้านมีความสวยงามและแข็งแรง

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบ้านหนึ่งสือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ช่วงอายุ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี		ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
1. ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น	3.98	มาก	3.88	มาก	3.98	มาก	3.79	มาก	4.17	มาก	3.93	มาก		
2. ราคามือถือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ เท่ากับร้านอื่น	3.52	มาก	3.47	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.57	มาก	3.50	มาก	3.48	ปานกลาง		
3. ขยหนึ่งสื่อตามราคามบปทหนึ่งสือ	3.60	มาก	3.48	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.68	มาก	3.67	มาก	3.50	มาก		
4. สามารถใช้บัตรเครดิตในการชำระเงินได้	2.52	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.57	มาก	3.57	มาก	3.43	ปานกลาง		

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ซื้อที่มาใช้บริการร้านหนึ่งคือทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ เท่ากับร้านอื่น และขายหนังสือตามราคามarket หนังสือ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ความสามารถในการใช้บัตรเครดิตในการชำระหนี้เงินได้

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ เท่ากับร้านอื่น ยายหนึ่งคือตามราคามarket หนังสือและการใช้บัตรเครดิตในการชำระหนี้เงินได้

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ เท่ากับร้านอื่น และขายหนังสือตามราคามarket หนังสือ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ความสามารถในการใช้บัตรเครดิตในการชำระหนี้เงินได้

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้งานห้องสมุด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย	ช่วงอายุ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี		ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
1. ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าสะดวกซื้อหรือร้านสะดวกซื้อ	4.14	มาก	4.15	มาก	4.19	มาก	4.29	มาก	4.17	มาก	4.18	มาก	มาก	
2. ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า	3.69	มาก	3.64	มาก	3.58	มาก	3.57	มาก	3.17	ปานกลาง	3.60	มาก	มาก	
3. ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา	4.14	มาก	3.89	มาก	3.79	มาก	3.82	มาก	3.75	มาก	3.91	มาก	มาก	
4. ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักรถ	3.95	มาก	3.76	มาก	3.70	มาก	3.86	มาก	3.67	มาก	3.80	มาก	มาก	
5. มีการออกบูทขายสินค้าตามโอกาสต่างๆ เช่นงานสัมมนาต่างๆ	3.64	มาก	3.33	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	มาก	3.75	มาก	3.61	มาก	3.72	มาก	3.49	ปานกลาง	3.74	มาก	มาก	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ซื้อที่มาใช้บริการร้านหนังสือทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการออกบูชขายสินค้าตามโอกาสต่างๆ เช่นงานสัปดาห์หนังสือ

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า และมีการออกบูชขายสินค้าตามโอกาสต่างๆ เช่นงานสัปดาห์หนังสือ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนึ่งคือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ช่วงอายุ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี		ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
1. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ	3.10	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง		
2. มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะได้อินเตอร์เน็ต	3.79	มาก	3.71	มาก	3.33	ปานกลาง	3.57	มาก	3.50	มาก	3.61	มาก		
3. บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านคนอื่นที่ร่วมรายการได้	3.74	มาก	3.52	มาก	3.28	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.58	มาก	3.46	ปานกลาง		
4. มีการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้	3.50	มาก	3.40	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.58	มาก	3.39	ปานกลาง		
5. มีการจัดช่วงลดราคาลดสินค้า	4.05	มาก	3.84	มาก	3.70	มาก	3.75	มาก	3.75	มาก	3.84	มาก		
6. มีการจัดอันดับหนังสือขายดี	3.71	มาก	3.61	มาก	3.47	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.53	มาก		
7. บริการห่อปกหนังสือให้ฟรี	4.10	มาก	3.84	มาก	3.70	มาก	3.29	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.75	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	มาก	3.57	มาก	3.37	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.51	มาก		

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ซื้อที่มาใช้บริการร้านหนังสือทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้ มีการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้ มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า มีการจัดอันดับหนังสือให้ฟรี ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้ มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า มีการจัดอันดับหนังสือขายดี และบริการห่อปกหนังสือให้ฟรี ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ และการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า และบริการห่อปกหนังสือให้ฟรี ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้ มีการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้ และมีการจัดอันดับหนังสือขายดี

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า และมีการจัดช่วงลดราคาสินค้า ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้ มีการแจกของสมนาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อมียอดซื้อตามที่กำหนดไว้ มีการจัดอันดับหนังสือขายดี และบริการห่อปกหนังสือให้ฟรี

ผู้ซื้อในกลุ่มมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะได้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า บัตรสมาชิกสามารถนำไปใช้กับร้านค้าอื่นที่ร่วมรายการได้ มีการแจกของส่งมาคุณหรือให้ส่วนลดเมื่อซื้อตามที่กำหนดไว้ และมีการจัดช่วงลดราคาสินค้า ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ มีการจัดอันดับหนังสือขายดี และบริการทอปกหนังสือให้ฟรี

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนึ่งคือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ช่วงอายุ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี		ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
1. พนักงานแต่งกายในชุดยูนิฟอร์ม สะอาดและเรียบร้อย	3.55	มาก	3.51	มาก	3.35	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง		
2. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม	4.19	มาก	4.21	มาก	3.91	มาก	3.93	มาก	3.67	มาก	4.07	มาก		
3. พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี	4.29	มาก	4.16	มาก	4.05	มาก	4.04	มาก	3.83	มาก	4.13	มาก		
4. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	4.21	มาก	4.23	มาก	4.14	มาก	4.04	มาก	3.75	มาก	4.15	มาก		
5. พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	4.17	มาก	4.09	มาก	4.09	มาก	4.11	มาก	4.08	มาก	4.11	มาก		
6. มีพนักงานมากพอในการให้บริการ	3.86	มาก	3.81	มาก	3.86	มาก	3.82	มาก	4.00	มาก	3.85	มาก		
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	มาก	4.00	มาก	3.90	มาก	3.88	มาก	3.79	มาก	3.96	มาก		

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ชื้อที่ใช้บริการร้านหนึ่งคือทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ชื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยต่อยด้านบุคลากรทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ชื้อในกลุ่มอายุ 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยต่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และการมีพนักงานมากพอในการให้บริการ ส่วนปัจจัยต่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ พนักงานแต่งกายในชุดยูนิฟอร์ม สะอาดและเรียบร้อย

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกายภาพ	ช่วงอายุ												ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี		ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล				
1. ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า	4.12	มาก	4.23	มาก	3.86	มาก	3.86	มาก	3.86	มาก	3.67	มาก	4.04	มาก
2. ความสะอาดของร้าน	4.10	มาก	4.24	มาก	3.91	มาก	3.86	มาก	3.86	มาก	3.75	มาก	4.06	มาก
3. ความกว้างขวางของร้าน	4.00	มาก	4.00	มาก	3.81	มาก	3.86	มาก	3.83	มาก	3.93	มาก	3.93	มาก
4. แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน	4.19	มาก	4.31	มาก	3.91	มาก	3.89	มาก	4.00	มาก	4.12	มาก	4.12	มาก
5. อากาศเย็นสบาย ปลอดโปร่ง ไม่อึดอัด	4.29	มาก	4.27	มาก	4.02	มาก	3.96	มาก	4.08	มาก	4.17	มาก	4.17	มาก
6. การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.88	มาก	3.93	มาก	3.60	มาก	3.50	มาก	3.75	มาก	3.78	มาก	3.78	มาก
7. การจัดร้านให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ	3.43	ปานกลาง	3.53	มาก	3.35	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.67	มาก	3.46	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
8. สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก	4.21	มาก	4.07	มาก	4.33	มาก	4.21	มาก	4.25	มาก	4.19	มาก	4.19	มาก
9. มีห้องน้ำสำหรับลูกค้า	4.19	มาก	3.85	มาก	3.67	มาก	3.57	มาก	3.92	มาก	3.85	มาก	3.85	มาก
10. มีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ	4.07	มาก	3.79	มาก	3.65	มาก	3.29	ปานกลาง	3.67	มาก	3.74	มาก	3.74	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	มาก	4.02	มาก	3.81	มาก	3.74	มาก	3.86	มาก	3.93	มาก	3.93	มาก

จากการครั้งที่ 30 พบว่า ผู้ซื้อที่มาใช้บริการร้านหนึ่งถือทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน ความกว้างขวางของร้าน แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน อากาศเย็นสบาย ปลอดภัยโปร่ง ไม่มีอึดอัด การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก มีห้องนำสินค้าหรือรับลูกค้า และมีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การจัดร้านให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกายภาพทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน ความกว้างขวางของร้าน แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน อากาศเย็นสบาย ปลอดภัยโปร่ง ไม่มีอึดอัด การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก มีห้องนำสินค้าหรือรับลูกค้า ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การจัดร้านให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ และมีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบ้านหนึ่งสัปดาห์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ช่วงอายุ										ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		มากกว่า 50 ปี			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.98	มาก	3.99	มาก	3.88	มาก	3.89	มาก	4.00	มาก	3.95	มาก
2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน	4.10	มาก	4.00	มาก	4.14	มาก	3.96	มาก	4.00	มาก	4.05	มาก
3. ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าและบริการ	4.14	มาก	4.09	มาก	4.23	มาก	3.96	มาก	4.00	มาก	4.11	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	มาก	4.03	มาก	4.08	มาก	3.94	มาก	4.00	มาก	4.04	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ซื้อที่ใช้บริการบ้านหนึ่งสัปดาห์ทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 5: ข้อมูลปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านหนังสือ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ซื้อที่ประสบปัญหาต่างๆในการใช้บริการร้านหนังสือ

ปัญหาในการใช้บริการร้านหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ
ความหลากหลายของหนังสือมีน้อย	125	62.5
สินค้าชำรุดเสียหาย	80	40.0
พนักงานไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์	77	38.5
การเดินทางไปสถานที่ตั้งไม่สะดวก	76	38.0
ค่าบริการล่าช้า	70	35.0
การจัดผังร้านไม่เหมาะสม	62	31.0
พนักงานไม่สุภาพ	60	30.0
พนักงานให้บริการมีน้อยเกินไป	47	23.5
ร้านไม่สะอาด มีฝุ่นเกาะตามชั้น	42	21.0
การคิดเงินผิดพลาด	14	7.0
อื่นๆ	5	2.5

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ซื้อทั้งหมด 200 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการใช้บริการร้านหนังสือได้แก่ ความหลากหลายของหนังสือมีน้อย ร้อยละ 62.5 รองลงมาได้แก่ สินค้าชำรุดเสียหาย ร้อยละ 40.0 และพนักงานไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 38.5