

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านหนังสือ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่ประสบในการใช้บริการร้านหนังสือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี ซึ่งโดยมากเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ระดับการศึกษาสูงสุดได้แก่ปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านหนังสือ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านหนังสือ เดือนละ 2-3 ครั้ง โดยนิยมใช้บริการร้านหนังสือในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดราชการ และมักมาใช้บริการร้านหนังสือหลัง 18.00 น. ส่วนใหญ่ใช้เวลาในร้านหนังสือในแต่ละครั้งประมาณ 15-30 นาที มีความถี่ในการซื้อหนังสือแบบซื้อเป็นบางครั้ง

ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเมื่อเข้าร้านหนังสือประมาณ 101-200 บาท โดยประเภทสินค้าที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อ ได้แก่ หนังสือประเภทต่างๆ สำหรับประเภทหนังสือที่ผู้ซื้อนิยมซื้อมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ความถี่ในการซื้อหนังสือประเภทต่างๆของผู้ซื้อที่มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ หนังสือพิมพ์

ผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์ ร้านหนังสือดวงกมล ร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ร้านอุดมผล ร้านนายอินทร์ และร้านดอกหญ้า มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อเรื่อยๆครั้ง ส่วนผู้ซื้อส่วนใหญ่ที่ซื้อหนังสือจากร้านหนังสืออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความถี่ในการไปซื้อแบบซื้อประจำ

เหตุผลที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อหนังสือตามร้านหนังสือต่างๆ คือ เพราะมีหนังสือให้เลือกหลากหลาย สำหรับบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจของผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือส่วนใหญ่คือ บุคคลอื่นๆ ซึ่งได้แก่เพื่อนและตัวเอง

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 33 สรุประดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก	<p>ระดับมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพลักษณ์และชื่อเสียง - มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย - มีหนังสือจากหลากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก - มีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดขายสูง - มีหนังสือใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ - หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย - สินค้าอื่นๆนอกจากหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย - การรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา
2. ด้านราคา	ปานกลาง	<p>ระดับมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาหนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น - ขายหนังสือตามราคาบนปกหนังสือ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก	<p>ระดับมาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง - ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า - ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา - ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	มาก	ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> - มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะได้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า - มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า - มีการจัดอันดับหนังสือขายดี - บริการห่อปกหนังสือให้ฟรี
5. ด้านบุคลากร	มาก	ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม - พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี - พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ - พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี - มีพนักงานมากพอในการให้บริการ
6. ด้านกายภาพ	มาก	ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า - ความสะอาดของร้าน - ความกว้างขวางของร้าน - แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน - อากาศเย็นสบาย ปลอดโปร่ง ไม่อึดอัด - การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม - สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก - มีห้องน้ำสำหรับลูกค้า - มีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ
7. ด้านกระบวนการ	มาก	ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> - ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ - ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน - ความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าและการบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านราคา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การมีหนังสือจากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูง การมีหนังสือใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นๆนอกจากหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาหนังสือ เครื่องเขียนและสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น และการขายหนังสือตามราคารูปปกหนังสือ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักรถ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า มีการจัดอันดับหนังสือขายดี และมีบริการห่อปกหนังสือให้ฟรี

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และการมีพนักงานมากพอในการให้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน ความกว้างขวางของร้าน แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน อากาศเย็นสบาย ปลอดภัย ไม่อึดอัด การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก มีห้องน้ำสำหรับลูกค้า และมีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน และความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าและการบริการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 34 สรุประดับความสำคัญ โดยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญโดยรวม
ต่ำกว่า 20 ปี	1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก
	2. ด้านราคา	ปานกลาง
	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	มาก
	5. ด้านบุคลากร	มาก
	6. ด้านกายภาพ	มาก
	7. ด้านกระบวนการ	มาก
20-30 ปี	1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก
	2. ด้านราคา	ปานกลาง
	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	มาก
	5. ด้านบุคลากร	มาก
	6. ด้านกายภาพ	มาก
	7. ด้านกระบวนการ	มาก
31-40 ปี	1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก
	2. ด้านราคา	ปานกลาง
	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง
	5. ด้านบุคลากร	มาก
	6. ด้านกายภาพ	มาก
	7. ด้านกระบวนการ	มาก
41-50 ปี	1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก
	2. ด้านราคา	มาก
	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มาก
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง
	5. ด้านบุคลากร	มาก

อายุ	ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญโดยรวม
	6. ด้านกายภาพ	มาก
	7. ด้านกระบวนการ	มาก
มากกว่า 50 ปี	1. ด้านผลิตภัณฑ์	มาก
	2. ด้านราคา	มาก
	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปานกลาง
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง
	5. ด้านบุคลากร	มาก
	6. ด้านกายภาพ	มาก
	7. ด้านกระบวนการ	มาก

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่วนปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ซื้อในกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่ประสบในการให้บริการร้านหนังสือ

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่มักประสบในการใช้บริการร้านได้แก่ ความหลากหลายของหนังสือมีน้อย รองลงมาได้แก่ สินค้าชำรุดเสียหาย และพนักงานไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน โดยจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยต่างๆตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ บริการ ประสิทธิภาพที่ลูกค้าจะได้รับ คุณสมบัติ คุณภาพ ข้อมูลข่าวสาร และความคิด การออกแบบต่างๆ การกำหนดตราสินค้า และการบรรจุหีบห่อ โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์และคุณค่าในสายตาของลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แก่ ภาพลักษณ์และชื่อเสียง การมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การมีหนังสือจากหลายสำนักพิมพ์ให้เลือก การมีหนังสือที่กำลังเป็นที่นิยมและมียอดจำหน่ายสูง การมีหนังสือใหม่ๆออกจำหน่ายเสมอ หนังสือที่นำมาวางขายเป็นของใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย สินค้าอื่นๆนอกจากหนังสือเป็นสินค้าใหม่ อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ ไม่ชำรุดหรือเสียหาย และการรับประกันเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้หากมีปัญหา

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value) กับ ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อส่วนมากนั้นคาดหวังที่จะได้ซื้อสินค้าซึ่งได้แก่ หนังสือ เครื่องเขียน และสินค้าอื่นๆ ถูกกว่าร้านอื่น หรือขายหนังสือตามราคาบนปก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การส่งมอบบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว มุ่งเน้นความสามารถกระจายสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและทั่วถึงไปสู่อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือได้แก่ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้หรือในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้สถานศึกษา หรือสถานศึกษา และทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การสื่อสารเพื่อโฆษณาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของบริษัท รวมถึงการจ้าง อบรม และจูงใจพนักงานขาย การสื่อสารทางการตลาดประกอบไปด้วย

การโฆษณา การประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอหรือปกป้องภาพลักษณ์ของบริษัทหรือตัวสินค้า การขายตรงโดยใช้พนักงานขาย รวมทั้ง การตลาดทางตรงผ่านเครื่องมือสื่อสารต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือ ได้แก่ มีการรับสมัครสมาชิก ซึ่งจะได้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า มีการจัดช่วงลดราคาสินค้า มีการจัดอันดับหนังสือขายดี และมีบริการห่อปกหนังสือให้ฟรี

ปัจจัยด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งได้จากการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในบริการมากขึ้นแตกต่างเหนือคู่แข่ง นอกจากนี้ พนักงานควรมีความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการบริการ มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ ได้ และมีส่วนช่วยในการสร้างค่านิยมที่ดีให้กับบริษัทได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือ ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ พนักงานมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และการมีพนักงานมากพอในการให้บริการ

ปัจจัยด้านกายภาพ หมายถึง ลักษณะของร้านค้า หรือบริษัทที่จะช่วยให้ผู้บริโภครับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของบริการ เช่น ความสะอาด ความรวดเร็วในการให้บริการ หรือประโยชน์ที่จะได้รับอื่นๆ ลักษณะทางกายภาพอาจได้แก่ โครงสร้างและการตกแต่งภายใน การวางผังร้าน วัสดุตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ รวมถึงบรรยากาศภายในร้าน เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือ ได้แก่ ความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า ความสะอาดของร้าน ความกว้างขวางของร้าน แสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน อากาศเย็นสบาย ปลอดภัย ไม่อึดอัด การจัดและตกแต่งร้านที่สวยงาม สถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก มีห้องน้ำสำหรับลูกค้า และมีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ

ปัจจัยด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การส่งมอบสินค้าหรือบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เอาใจใส่ลูกค้า เพื่อส่งมอบคุณค่าที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้านหนังสือต่างคาดหวังจะได้รับ ความรวดเร็วในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการทางการเงิน และความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าและการบริการ

อภิปรายวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นิพนวรรณ ทัพพะกุลธร ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อหนังสือของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า การจัดนิทรรศการหนังสือหรือเทศกาลลดราคาหนังสือนั้น มีผลต่อการซื้อหนังสือของนักเรียนในระดับมาก ซึ่งจากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพล

ต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การออกบุรุษขายสินค้าตามโอกาสต่างๆ เช่นงานสัปดาห์หนังสือ และการจัดช่วงลดราคาสินค้า มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกร้านหนังสือในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากและปานกลาง ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดตลาดเป้าหมายและพิจารณาถึงความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมายซึ่งมีความแตกต่างกันในหลายๆด้าน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นต้น ทำให้มีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้ซื้อในแต่ละกลุ่มอายุได้มากที่สุด ผู้ประกอบการควรจะต้องทำการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการบริการที่มีคุณค่ามากที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ดีที่สุด อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของผู้ซื้อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

การวางแผนทางการตลาดอาจมุ่งให้ความสนใจในปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านหนังสือ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกนำมาขาย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้มากขึ้น โดยผู้ประกอบการร้านหนังสือจะต้องทำการเลือก Suppliers ที่ดี ให้การรับประกันว่าสินค้าที่นำมาส่งเพื่อขายในร้านนั้นเป็นสินค้าที่ดีและมีคุณภาพ ควรติดต่อสำนักพิมพ์หลายๆแห่ง เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา หนังสือเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง แต่จะให้ความสำคัญในระดับมากหากสินค้ามีราคาถูกกว่าหรือเท่ากับร้านอื่น หรือขายตามราคาบนปกหนังสือ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรขายหนังสือโดยรวมตามราคาหน้าปก โดยอาจมีสินค้าบางประเภทที่ขายในราคาต่ำกว่าร้านอื่น เพื่อดึงดูดผู้ซื้อให้เข้าร้าน ทั้งนี้ ควรคำนึงถึงต้นทุนของสินค้าด้วย นอกจากนี้ ควรมีการให้ลูกค้าสามารถชำระเงิน โดยผ่านบัตรเครดิตได้ด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทางมายังร้าน เป็นสิ่งที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรหาที่ตั้งร้านใน

ทำเลที่เหมาะสม โดยหาทำเลที่ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงได้ง่าย และควรเข้าร่วมงานออกบูธตามโอกาสต่างๆ บ้างเช่น งานสัปดาห์หนังสือ เพราะจากการศึกษาพบว่า ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา ให้ความสำคัญกับการออกบูธของร้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ซื้อในกลุ่มอายุดังกล่าวสามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายได้ง่ายขึ้น และเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของร้านอีกทางหนึ่งด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากได้แก่ การเปิดรับสมัครสมาชิก การจัดช่วงลดราคาสินค้า การจัดอันดับหนังสือขายดี และการบริการห่อปกหนังสือให้โดยไม่คิดค่าบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดดังกล่าวขึ้นตามแต่โอกาส หรือตามเทศกาลต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย นอกจากนี้ การสร้างระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดหรือสิทธิพิเศษยังถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ซื้อในระยะยาว ให้เกิดการกลับมาซื้อซ้ำได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงานขายอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากได้แก่ การมีพนักงานที่พูดจาอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเต็มใจการให้บริการ มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และการมีพนักงานให้บริการอย่างพอเพียง ดังนั้น เพื่อให้ได้พนักงานที่ดี ผู้ประกอบการจึงควรคัดเลือกพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี ใจรักในการให้บริการ และจัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อปรับปรุงทักษะต่างๆ ให้สามารถให้บริการผู้ซื้อได้ดีที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับลักษณะกายภาพของร้านอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องการจัดสถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก นอกจากนั้น สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สะอาด โปร่งสบาย ไม่อึดอัด และการตกแต่งร้าน ก็มีความสำคัญ เพราะจะช่วยสื่อให้ผู้ซื้อเข้าใจในตัวร้านมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรจัดร้านให้มีระเบียบ สวยงาม และมีสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีเหมาะสำหรับการเลือกซื้อหนังสือ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อเช่น สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ หรือมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ร้านดูน่าเข้า และผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจเมื่อเข้ามาในร้าน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และทางการเงิน รวมถึงความถูกต้องในการส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้ซื้อและบริการที่ดี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการบริการของทางร้านอยู่เสมอ โดยจัดให้มีการฝึกอบรมสำหรับพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้า นอกจากนี้ ควรมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการให้บริการเช่น อาจนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเกี่ยวกับการตรวจสอบสินค้าหรือการ

คิดเงินมาใช้ภายในร้าน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความถูกต้องในการให้บริการให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University