

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	อัตราการใช้จ่ายเงินซื้อหนังสือเมื่อเทียบกับรายได้ประชากรต่อหัว	4
2	อัตราการซื้อหนังสือของคนไทยเมื่อเทียบกับปริมาณหนังสือที่จำหน่าย	4
3	จำนวนสำนักพิมพ์จำแนกตามขนาด	6
4	ยอดจำหน่ายหนังสือจำแนกตามขนาดสำนักพิมพ์	6
5	จำนวนและอัตราการเติบโตของสำนักพิมพ์ ร้านหนังสือและหนังสือออกใหม่ ในประเทศไทย	8
6	อัตราส่วนประชากรต่อร้านหนังสือหนึ่งร้าน	9
7	ผลการดำเนินงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ของไทย ในปี 2541-2545 (หน่วย : ล้านบาท)	10
8	เปรียบเทียบจุดเด่นและข้อจำกัดของสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออื่น ๆ	30
9	ขนาดหนังสือเล่มมาตรฐาน	51
10	อุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย	180
11	ราคากระดาษปอนด์ เปรียบเทียบเดือนกรกฎาคม กับเดือนธันวาคม 2551	186
12	จำนวนและร้อยละสถานภาพส่วนบุคคล	257
13	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	259
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม	262
15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์	263
16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านราคา	264
17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการจัดจำหน่าย	265
18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด	266
19	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	267
20	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	272

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	278
22	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	284
23	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	290
24	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม	295
25	เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามเพศ	302
26	เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ	303
27	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ	304
28	ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	305
29	เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา	306
30	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา	307
31	ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ หนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	308
32	เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ	309
33	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ	310

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
34	ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	311
35	เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส	313
36	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส	313
37	เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	315
38	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	315
39	ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	316