

## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

นอกเหนือจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อธุรกิจหนังสือและการการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่มในส่วนของพนักงานขายซึ่งได้รายงานไว้ในบทที่ 4 แล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทั้งในแง่การผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ธุรกิจสำนักพิมพ์ในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามคืนครบจำนวน คิดเป็นร้อยละร้อย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 5.1 สถานภาพส่วนบุคคล
- 5.2 พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม
- 5.3 สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม
- 5.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม
- 5.5 การเปรียบเทียบกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ส่วนการแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแบ่งเป็น 5 ช่วงชั้นเท่า ๆ กัน ดังนี้

| ช่วงคะแนน | ระดับความเป็นจริง |
|-----------|-------------------|
| 4.21-5.00 | มากที่สุด         |
| 3.41-4.20 | มาก               |
| 2.61-3.40 | ปานกลาง           |
| 1.81-2.60 | น้อย              |
| 1.00-1.80 | น้อยที่สุด        |

## 5.1 สถานภาพส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีสถานภาพโสด จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รายละเอียดดังในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละสถานภาพส่วนบุคคล

| สถานภาพส่วนบุคคล            | จำนวน (n = 400) | ร้อยละ |
|-----------------------------|-----------------|--------|
| 1. เพศ                      |                 |        |
| ชาย                         | 142             | 35.5   |
| หญิง                        | 258             | 64.5   |
| 2. อายุ                     |                 |        |
| น้อยกว่า 20 ปี              | 75              | 18.8   |
| 20-30 ปี                    | 187             | 46.8   |
| 31-40 ปี                    | 70              | 17.5   |
| 41-50 ปี                    | 38              | 9.5    |
| 51-60 ปี                    | 24              | 6.0    |
| มากกว่า 60 ปี               | 6               | 1.5    |
| 3. ระดับการศึกษาสูงสุด      |                 |        |
| ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | 25              | 6.3    |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.      | 49              | 3.8    |
| อนุปริญญา/ปวส.              | 15              | 12.3   |
| ปริญญาตรี                   | 255             | 63.8   |
| สูงกว่าปริญญาตรี            | 56              | 14.0   |

ตารางที่ 12 (ต่อ)

| สถานภาพส่วนบุคคล                         | จำนวน (n = 400) | ร้อยละ |
|--|-----------------|--------|
| 4. อาชีพ                                 |                 |        |
| นักเรียน/นักศึกษา                        | 155             | 38.8   |
| พนักงานเอกชน                             | 93              | 23.3   |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ                       | 16              | 4.0    |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ    | 47              | 11.8   |
| เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน           | 11              | 2.8    |
| 5. สถานภาพสมรส                           |                 |        |
| โสด                                      | 299             | 74.8   |
| สมรส/อยู่ด้วยกัน                         | 95              | 23.8   |
| หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่/เคยใช้ชีวิตคู่ | 6               | 1.5    |
| 6. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน                 |                 |        |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท                       | 155             | 38.8   |
| 10,000-20,000 บาท                        | 114             | 28.5   |
| 20,001-50,000 บาท                        | 113             | 28.3   |
| 50,001-100,000 บาท                       | 13              | 3.3    |
| สูงกว่า 20,000 บาท                       | 5               | 1.3    |

## 5.2 พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม (Pocket Book)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะนิยมซื้อหนังสือเล่ม ประเภทวรรณกรรม/นิยาย/นิทาน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 โดยมีเหตุผลสำคัญในการซื้อหนังสือเล่ม คือ ต้องการเพิ่มพูนความรู้ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 สถานที่ที่ซื้อหนังสือเล่ม คือ ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า เช่น ซีเอ็ด อมรินทร์ B2S เป็นต้น จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 มีความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม 1 ครั้ง ใน 1 เดือน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีจำนวนหนังสือที่ซื้อต่อครั้งในรอบ 1 เดือนล่าสุด คือ 1-2 เล่ม จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 ราคาหนังสือที่ซื้อต่อเล่มในรอบ 1 เดือนล่าสุด คือ

151-200 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 โดยเฉลี่ยใช้เงินในการซื้อหนังสือเล่มต่อครั้งในรอบ 1 เดือนล่าสุด เป็นจำนวนเงิน 301-500 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และหลังจากอ่านจบแล้วมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่ม โดยการเก็บสะสม จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รายละเอียดดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม                            | จำนวน<br>(n = 400) | ร้อยละ |
|---|--------------------|--------|
| 1. ประเภทหนังสือเล่ม ที่ท่านนิยมซื้อมากที่สุด         |                    |        |
| ความรู้ด้านการบริหาร/การจัดการ/ธุรกิจ/การลงทุน        | 36                 | 9.0    |
| คอมพิวเตอร์/เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์                     | 38                 | 9.5    |
| จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง                              | 41                 | 10.3   |
| ภาษา  | 16                 | 4.0    |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา/วัฒนธรรม/สังคมศาสตร์/ประวัติศาสตร์ | 35                 | 8.8    |
| สุขภาพ/ความงาม/อาหาร/การออกกำลังกาย                   | 33                 | 8.3    |
| ท่องเที่ยวและแผนที่                                   | 15                 | 3.8    |
| บ้าน/การตกแต่ง  | 11                 | 2.8    |
| ศิลปะ/ดนตรี   | 11                 | 2.8    |
| วรรณกรรม/นิยาย/นิทาน/                                 | 125                | 31.3   |
| การ์ตูนเพื่อความบันเทิง                               | 22                 | 5.5    |
| ประวัติบุคคล/เบื้องหลัง/แฉ                            | 7                  | 1.8    |
| สัตว์เลี้ยง และต้นไม้                                 | 10                 | 2.5    |
| 2. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านซื้อหนังสือเล่ม       |                    |        |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้                           | 147                | 36.8   |
| เพราะต้องการความบันเทิง                               | 139                | 34.8   |
| เพราะต้องการการพัฒนาตนเอง                             | 95                 | 23.8   |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ                                   | 5                  | 1.3    |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย สามารถพูดคุยกับกลุ่มได้     | 8                  | 2.0    |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญ/ของกำนัล               | 5                  | 1.3    |
| เพราะต้องการประชาสัมพันธ์ในร้านหนังสือ                | 1                  | 0.3    |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม   | จำนวน<br>(n = 400) | ร้อยละ |
|---|--------------------|--------|
| 3. ท่านซื้อหนังสือเล่ม จากสถานที่ใดเป็นประจำ                      |                    |        |
| ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า เช่น ซีอีต อมรินทร์ B2S เป็นต้น | 249                | 62.3   |
| ร้านบุ๊คส์ไมล์ ในเครือ เซเว่น อีเลฟเว่น                           | 15                 | 3.8    |
| ร้านหนังสืออิสระใกล้บ้าน (ไม่มีสาขา)                              | 35                 | 8.8    |
| ร้าน/แผงหนังสือในสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน                      | 16                 | 4.0    |
| ร้าน/แผงหนังสือในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล                    | 4                  | 1.0    |
| ร้านหนังสือในย่านการค้า เช่น สยามสแควร์                           | 17                 | 4.3    |
| แผงหนังสือทั่วไปริมถนน  | 7                  | 1.8    |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์  | 4                  | 1.0    |
| ซื้อเฉพาะตามงานเทศกาลลดราคาหนังสือ                                | 53                 | 13.3   |
| 4. ความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม ของท่านเป็นอย่างไร                 |                    |        |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป  | 69                 | 17.3   |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน  | 100                | 25.0   |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน  | 102                | 25.5   |
| 2-3 ครั้ง ใน 1 เดือน  | 98                 | 24.5   |
| 4-5 ครั้ง ใน 1 เดือน  | 17                 | 4.3    |
| มากกว่า 6 ครั้ง ใน 1 เดือน  | 14                 | 3.5    |
| 5. ในรอบ 1 เดือนล่าสุด ท่านซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้งเป็นเท่าใด     |                    |        |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง   | 255                | 63.8   |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง   | 104                | 26.0   |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง   | 22                 | 5.5    |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง  | 6                  | 1.5    |
| มากกว่า 10 เล่ม ต่อครั้ง  | 13                 | 3.3    |

ตารางที่ 13 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม   | จำนวน<br>(n = 400) | ร้อยละ |
|---|--------------------|--------|
| 6. ในรอบ 1 เดือนล่าสุด ราคาหนังสือต่อเล่ม ที่ท่านซื้อส่วนใหญ่เป็นเท่าไร         |                    |        |
| กว่า 50 บาท ต่อเล่ม   | 13                 | 3.3    |
| 51-100 บาท ต่อเล่ม  | 45                 | 11.3   |
| 101-150 บาท ต่อเล่ม   | 84                 | 21.0   |
| 151-200 บาท ต่อเล่ม   | 136                | 34.0   |
| มากกว่า 200 บาท ต่อเล่ม   | 122                | 30.5   |
| 7. ในรอบ 1 เดือนล่าสุด โดยเฉลี่ยท่านซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้งเป็นจำนวนเงินเท่าไร |                    |        |
| ต่ำกว่า 100 บาท ต่อเล่ม   | 19                 | 4.8    |
| 101-300 บาท ต่อเล่ม   | 131                | 32.8   |
| 301-500 บาท ต่อเล่ม   | 141                | 35.3   |
| 501-1,000 บาท ต่อเล่ม   | 80                 | 20.0   |
| มากกว่า 1,000 บาท ต่อเล่ม   | 29                 | 7.3    |
| 8. ท่านใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่ม เมื่ออ่านจบแล้วอย่างไร                         |                    |        |
| เก็บสะสม  | 179                | 44.8   |
| ให้คนใกล้ชิตยืมอ่าน   | 69                 | 17.3   |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง  | 97                 | 24.3   |
| นำไปบริจาค  | 7                  | 1.8    |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า   | 1                  | 0.3    |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย  | 1                  | 0.3    |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง   | 46                 | 11.5   |

### 5.3 สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม

สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 โดยอันดับแรกคือสิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับความเป็นจริง | อันดับที่ |
|--|-----------|------|-------------------|-----------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์   | 3.43      | .49  | มาก               | 2         |
| 2. ด้านราคา  | 3.42      | .63  | มาก               | 3         |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย   | 3.46      | .64  | มาก               | 1         |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด  | 3.40      | .58  | ปานกลาง           | 4         |
| รวม  | 3.42      | .46  | มาก               |           |

#### 5.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า อันดับแรกคือ คุณค่าของเนื้อเรื่อง รองลงมา คือ ความสามารถในการนำเสนอและความเหมาะสมของการใช้ภาษา ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ จำนวนครั้งที่พิมพ์ รายละเอียดดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์

| ด้านผลิตภัณฑ์                       | $\bar{x}$ | S.D.  | ระดับความเป็นจริง | อันดับที่ |
|-------------------------------------|-----------|-------|-------------------|-----------|
| 1. ความน่าสนใจของชื่อเรื่อง         | 3.80      | .840  | มาก               | 4         |
| 2. ความมีชื่อเสียงของผู้แต่ง        | 3.32      | .961  | ปานกลาง           | 11        |
| 3. ความมีชื่อเสียงของผู้แปล         | 3.00      | .990  | ปานกลาง           | 15        |
| 4. ความมีชื่อเสียงของสำนักพิมพ์     | 3.08      | .977  | ปานกลาง           | 14        |
| 5. คุณค่าของเนื้อเรื่อง             | 4.38      | .694  | มากที่สุด         | 1         |
| 6. ความสามารถในการนำเสนอ            | 4.03      | .750  | มาก               | 2         |
| 7. ความเหมาะสมของการใช้ภาษา         | 3.82      | .780  | มาก               | 3         |
| 8. คุณภาพของภาพประกอบ               | 3.54      | .951  | มาก               | 6         |
| 9. ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม           | 3.58      | .883  | มาก               | 5         |
| 10. คำนำที่ดึงดูดความสนใจ           | 3.39      | 1.037 | ปานกลาง           | 10        |
| 11. คำนิยมโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง    | 2.84      | 1.034 | ปานกลาง           | 17        |
| 12. ความสวยงามของหน้าปก             | 3.54      | .936  | มาก               | 6         |
| 13. คุณภาพกระดาษปก                  | 3.48      | .965  | มาก               | 8         |
| 14. คุณภาพกระดาษที่พิมพ์เนื้อเรื่อง | 3.52      | .915  | มาก               | 7         |
| 15. ความหนาของหนังสือ               | 3.20      | .906  | ปานกลาง           | 13        |
| 16. รูปเล่มที่สามารถจัดเก็บได้สะดวก | 3.43      | .984  | มาก               | 9         |
| 17. เป็นหนังสือที่ได้รับรางวัล      | 3.26      | 1.047 | ปานกลาง           | 12        |
| 18. เป็นหนังสือขายดีประจำสัปดาห์    | 3.08      | 1.095 | ปานกลาง           | 14        |
| 19. จำนวนครั้งที่พิมพ์              | 2.83      | 1.043 | ปานกลาง           | 16        |
| รวม                                 | 3.43      | 0.49  | มาก               |           |

### 5.3.2 ด้านราคา

สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 เมื่อพิจารณาราย



ประเด็น พบว่า อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณค่าหนังสือ รองลงมา ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ และราคาเหมาะสมกับขนาดของหนังสือ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียงของสำนักพิมพ์ รายละเอียดดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านราคา

| ด้านราคา   | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับความเป็นจริง | อันดับที่ |
|--|-----------|------|-------------------|-----------|
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพหนังสือ                               | 3.98      | .836 | มาก               | 1         |
| 2. ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ                                | 3.82      | .912 | มาก               | 2         |
| 3. ราคาเหมาะสมกับจำนวนหน้าของหนังสือ                         | 3.48      | .873 | มาก               | 4         |
| 4. ราคาเหมาะสมกับขนาดของหนังสือ                              | 3.51      | .841 | มาก               | 3         |
| 5. ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียงของผู้แต่ง                         | 3.04      | .957 | ปานกลาง           | 7         |
| 6. ราคาเหมาะสมกับลักษณะของปก                                 | 3.30      | .868 | ปานกลาง           | 6         |
| 7. ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียงของสำนักพิมพ์                      | 2.91      | .948 | ปานกลาง           | 8         |
| 8. ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือเล่มอื่นในหัวเรื่องเดียวกัน | 3.33      | .939 | ปานกลาง           | 5         |
| รวม  | 3.42      | .63  | มาก               |           |

### 5.3.3 ด้านการจัดจำหน่าย

สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มด้านการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า อันดับแรก คือ การจัดรูปแบบของร้านที่สะดวกต่อการเลือกหนังสือด้วยตัวเอง รองลงมา คือ ความสะดวกในการซื้อหรือเข้าถึงหนังสือ และการจัดรูปแบบของร้านที่เอื้อต่อการมองเห็นหนังสือ ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การจัดห้องน้ำไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ รายละเอียดดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการจัดจำหน่าย

| ด้านการจัดจำหน่าย   | $\bar{x}$ | S.D.  | ระดับความเป็นจริง | อันดับที่ |
|---|-----------|-------|-------------------|-----------|
| 1. ความสะดวกในการซื้อหรือเข้าถึงหนังสือ                   | 3.75      | .866  | มาก               | 2         |
| 2. การจัดรูปแบบของร้านที่สวยงาม                           | 3.31      | .912  | ปานกลาง           | 5         |
| 3. การจัดรูปแบบของร้านที่เอื้อต่อการมองเห็นหนังสือ        | 3.69      | .842  | มาก               | 3         |
| 4. การจัดรูปแบบของร้านที่สะดวกต่อการเลือกหนังสือด้วยตนเอง | 3.86      | .829  | มาก               | 1         |
| 5. การจัดพื้นที่สำหรับนั่งอ่านหนังสือ                     | 3.45      | .977  | มาก               | 4         |
| 6. การจัดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการค้นรายการหนังสือ       | 3.45      | .924  | มาก               | 4         |
| 7. การจัดห้องน้ำไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ                  | 3.03      | 1.063 | ปานกลาง           | 7         |
| 8. การจัดพื้นที่สำหรับจอดรถอย่างเพียงพอ                   | 3.14      | 1.046 | ปานกลาง           | 6         |
| รวม   | 3.46      | .64   | มาก               |           |

#### 5.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า อันดับแรก คือ การจัดเทศกาลหนังสือ รองลงมา คือ เปอร์เซ็นต์ส่วนลดที่ได้รับจากร้านหนังสือ และการให้บริการต้อนรับของพนักงานขาย ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การจัดอภิปราย เสวนาเกี่ยวกับหนังสือ รายละเอียดดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด

| ด้านการส่งเสริมการตลาด   | $\bar{x}$ | S.D.  | ระดับความเป็นจริง | อันดับที่ |
|--|-----------|-------|-------------------|-----------|
| 1. การให้บริการสืบค้นหนังสือที่ต้องการของพนักงานขาย                    | 3.55      | .866  | มาก               | 4         |
| 2. การให้บริการต้อนรับของพนักงานขาย                                    | 3.60      | .855  | มาก               | 3         |
| 3. การให้บริการหยิบหนังสือของพนักงานขาย                                | 3.52      | .881  | มาก               | 5         |
| 4. การให้บริการแนะนำหนังสือของพนักงานขาย                               | 3.42      | .972  | มาก               | 7         |
| 5. การจัดเทศกาลหนังสือ   | 3.94      | .810  | มาก               | 1         |
| 6. การโฆษณาหนังสือที่แพร่หลายในสื่อต่าง ๆ                              | 3.48      | .835  | มาก               | 6         |
| 7. การจัดกิจกรรมเปิดตัวหนังสือใหม่                                     | 3.30      | .920  | ปานกลาง           | 10        |
| 8. การจัดอภิปราย เสวนาเกี่ยวกับหนังสือ                                 | 2.98      | .951  | ปานกลาง           | 14        |
| 9. การจัดนัดพบนักเขียนกับผู้อ่าน                                       | 3.00      | .980  | ปานกลาง           | 13        |
| 10. การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน/อาจารย์                                  | 3.39      | .920  | ปานกลาง           | 8         |
| 11. การได้อ่านบทวิจารณ์หรือบทแนะนำในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น                  | 3.35      | .880  | ปานกลาง           | 9         |
| 12. ได้อ่านคำโปรยหนังสือในร้านหนังสือ                                  | 3.22      | .899  | ปานกลาง           | 11        |
| 13. การส่งเสริมการขายของร้านหนังสือ ได้แก่ กิจกรรมการลดแลกแจกแถมต่าง ๆ | 3.42      | 1.015 | มาก               | 7         |
| 14. เปอร์เซ็นต์ส่วนลดที่ได้รับจากร้านหนังสือ                           | 3.79      | .950  | มาก               | 2         |
| 15. การทราบข่าวการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมของสำนักพิมพ์                    | 3.05      | 1.003 | ปานกลาง           | 12        |
| รวม  | 3.40      | .58   | มาก               |           |

## 5.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

### 5.4.1 เพศกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 71.944$ ,  $df = 12$ ) และเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 28.638$ ,  $df = 6$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม                                | เพศ         |              | รวม           | ค่าสถิติ                                       |
|---|-------------|--------------|---------------|--|
|   | ชาย         | หญิง         |               |  |
| ประเภทหนังสือเล่มที่นิยมซื้อมากที่สุด                     |             |              |               |  |
| ความรู้ด้านการบริหาร/การจัดการ/ธุรกิจ/<br>การลงทุน        | 23<br>63.9% | 513<br>36.1% | 36<br>100.0%  | $p = .000^*$<br>$\chi^2 = 71.944$<br>$df = 12$ |
| คอมพิวเตอร์/เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์                         | 26<br>68.4% | 12<br>31.6%  | 38<br>100.0%  |  |
| จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง                                  | 11<br>26.8% | 30<br>73.2%  | 41<br>100.0%  |  |
| ภาษา  | 4<br>25.0%  | 12<br>75.0%  | 16<br>100.0%  |  |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา/วัฒนธรรม/<br>สังคมศาสตร์/ประวัติศาสตร์ | 17<br>48.6% | 18<br>51.4%  | 35<br>100.0%  |  |
| สุขภาพ/ความงาม/อาหาร/การออกกำลังกาย                       | 4<br>12.7%  | 29<br>87.9%  | 33<br>100.0%  |  |
| ท่องเที่ยวและแผนที่                                       | 8<br>53.3%  | 7<br>46.7%   | 15<br>100.0%  |  |
| บ้าน/การตกแต่ง  | 6<br>54.5%  | 5<br>45.5%   | 11<br>100.0%  |  |
| ศิลปะ/ดนตรี   | 6<br>54.5%  | 5<br>45.5%   | 11<br>100.0%  |  |
| วรรณกรรม/นิยาย/นิทาน/                                     | 22<br>17.6% | 103<br>82.4% | 125<br>100.0% |  |
| การ์ตูนเพื่อความบันเทิง                                   | 5<br>22.7%  | 17<br>77.3%  | 22<br>100.0%  |  |

ตารางที่ 19 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                | เพศ    |       | รวม    | ค่าสถิติ                                 |
|--|--------|-------|--------|--|
|  | ชาย    | หญิง  |        |  |
| ประวัติบุคคล/เบื้องหลัง/แฉ               | 4      | 3     | 7      |  |
|  | 57.1%  | 42.9% | 100.0% |  |
| สัตว์เลี้ยง และต้นไม้                    | 6      | 4     | 10     |  |
|  | 60.0%  | 40.0% | 100.0% |  |
| เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม |        |       |        |  |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้              | 74     | 73    | 147    | p = .000*<br>$\chi^2 = 28.638$<br>df = 6 |
|  | 50.3%  | 49.7% | 100.0% |  |
| เพราะต้องการความบันเทิง                  | 30     | 109   | 139    |  |
|  | 21.6%  | 78.4% | 100.0% |  |
| เพราะต้องการพัฒนาตนเอง                   | 31     | 64    | 95     |  |
|  | 32.6%  | 67.4% | 100.0% |  |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ                      | 2      | 3     | 5      |  |
|  | 40.0%  | 60.0% | 100.0% |  |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย                | 3      | 5     | 8      |  |
|  | 37.5%  | 62.5% | 100.0% |  |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญของกำนัล   | 1      | 4     | 5      |  |
|  | 20.0%  | 80.0% | 100.0% |  |
| เพราะการประชาสัมพันธ์ในร้านหนังสือ       | 1      | 0     | 1      |  |
|  | 100.0% | 0%    | 100.0% |  |
| ซื้อหนังสือเล่มจากสถานที่ใดเป็นประจำ     |        |       |        |  |
| ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า        | 87     | 162   | 249    | p = .246<br>$\chi^2 = 10.282$<br>df = 8  |
| เช่น ซีเอ็ด อมรินทร์ B2S เป็นต้น         | 34.9%  | 65.1% | 100.0% |  |
| ร้านบุ๊คสโม่ล ในเครือ เซเว่น อีเลฟเว่น   | 7      | 8     | 15     |  |
|  | 46.7%  | 53.3% | 100.0% |  |
| ร้านหนังสืออิสระใกล้บ้าน                 | 16     | 19    | 35     |  |
|  | 45.7%  | 54.3% | 100.0% |  |

ตารางที่ 19 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                        | เพศ         |             | รวม           | ค่าสถิติ                               |
|--|-------------|-------------|---------------|--|
|  | ชาย         | หญิง        |               |  |
| ร้านแผงหนังสือในสถานศึกษาทั้งภาครัฐ<br>และเอกชน  | 7<br>43.8%  | 9<br>56.3%  | 16<br>100.0%  |  |
| ร้านแผงหนังสือในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น<br>โรงพยาบาล | 2<br>50.0%  | 2<br>50.0%  | 4<br>100.0%   |  |
| ร้านหนังสือในย่านการค้า เช่น สยามสแควร์          | 5<br>29.4%  | 12<br>70.6% | 17<br>100.0%  |  |
| แผงหนังสือทั่วไปริมถนน                           | 3<br>42.9%  | 4<br>57.1%  | 7<br>100.0%   |  |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์                                 | 3<br>75.0%  | 1<br>25.0%  | 4<br>100.0%   |  |
| ซื้อเฉพาะตามงานเทศกาลลดราคาหนังสือ               | 12<br>22.6% | 41<br>77.4% | 53<br>100.0%  |  |
| ความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม                      |             |             |               |  |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป                         | 21<br>30.4% | 48<br>69.6% | 69<br>100.0%  | p = .255<br>$\chi^2 = 6.567$<br>df = 5 |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน                             | 29<br>10.6% | 71<br>5.2%  | 100<br>100.0% |  |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน                               | 44<br>43.1% | 58<br>56.9% | 102<br>100.0% |  |
| 2-3 ครั้ง ใน 1 เดือน                             | 36<br>36.7% | 62<br>63.3% | 98<br>100.0%  |  |
| 4-5 ครั้ง ใน 1 เดือน                             | 8<br>47.1%  | 9<br>52.9%  | 17<br>100.0%  |  |
| มากกว่า 6 ครั้ง ใน 1 เดือน                       | 4<br>28.6%  | 10<br>71.4% | 14<br>100.0%  |  |

ตารางที่ 19 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                        | เพศ         |              | รวม           | ค่าสถิติ                               |
|--|-------------|--------------|---------------|--|
|  | ชาย         | หญิง         |               |  |
| การซื้อหนังสือเล่มต่อครั้งในรอบ 1 เดือนล่าสุด    |             |              |               |  |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง                                | 94<br>36.9% | 161<br>63.1% | 48<br>100.0%  | p = .607<br>$\chi^2 = 2.712$<br>df = 4 |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง                                | 38<br>36.5% | 66<br>63.5%  | 104<br>100.0% |  |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง                                | 5<br>22.7%  | 17<br>77.3%  | 22<br>100.0%  |  |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง                               | 2<br>33.3%  | 4<br>66.7%   | 6<br>100.0%   |  |
| มากกว่า 10 เล่ม ต่อครั้ง                         | 3<br>23.1%  | 10<br>76.9%  | 13<br>100.0%  |  |
| ราคาหนังสือเล่มต่อเล่มที่ซื้อในรอบ 1 เดือนล่าสุด |             |              |               |  |
| ต่ำกว่า 50 บาท ต่อเล่ม                           | 4<br>30.8%  | 9<br>69.2%   | 13<br>100.0%  | p = .718<br>$\chi^2 = 2.097$<br>df = 4 |
| 51-100 บาท ต่อเล่ม                               | 16<br>35.6% | 29<br>64.4%  | 45<br>100.0%  |  |
| 101-150 บาท ต่อเล่ม                              | 26<br>31.0% | 58<br>69.0%  | 84<br>100.0%  |  |
| 151-200 บาท ต่อเล่ม                              | 47<br>34.6% | 89<br>65.4%  | 136<br>100.0% |  |
| มากกว่า 200 บาท ต่อเล่ม                          | 49<br>40.2% | 73<br>59.8%  | 122<br>100.0% |  |

ตารางที่ 19 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อขายหนังสือเล่ม  | เพศ         |              | รวม           | ค่าสถิติ                               |
|--|-------------|--------------|---------------|--|
|  | ชาย         | หญิง         |               |  |
| จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้ง<br>ในรอบ 1 เดือนล่าสุด |             |              |               |  |
| ต่ำกว่า 100 บาท ต่อครั้ง   | 8<br>42.1%  | 11<br>57.9%  | 19<br>100.0%  | p = .624<br>$\chi^2 = 2.615$<br>df = 4 |
| 101-300 บาท ต่อครั้ง   | 44<br>33.6% | 87<br>66.4%  | 131<br>100.0% |  |
| 301-500 บาท ต่อครั้ง   | 53<br>37.6% | 88<br>62.4%  | 141<br>100.0% |  |
| 501-1,000 บาท ต่อครั้ง   | 30<br>37.5% | 50<br>62.5%  | 80<br>100.0%  |  |
| มากกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง   | 7<br>24.1%  | 22<br>75.9%  | 29<br>100.0%  |  |
| การใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่มเมื่ออ่านจบ                                |             |              |               |  |
| เก็บสะสม   | 61<br>34.1% | 118<br>65.9% | 179<br>100.0% | p = .361<br>$\chi^2 = 6.585$<br>df = 6 |
| ให้คนใกล้ชิดยืมอ่าน  | 19<br>27.5% | 50<br>72.5%  | 69<br>100.0%  |  |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง   | 41<br>42.3% | 56<br>57.7%  | 97<br>100.0%  |  |
| นำไปบริจาค   | 3<br>42.9%  | 4<br>57.1%   | 7<br>100.0%   |  |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า  | 0<br>.0%    | 1<br>100.0%  | 1<br>100.0%   |  |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย   | 1<br>100.0% | 0<br>0%      | 1<br>100.0%   |  |



ตารางที่ 19 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม           | เพศ           |               | รวม           | ค่าสถิติ |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------|
|                                     | ชาย           | หญิง          |               |          |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง | 17<br>37.0%   | 29<br>63.0%   | 46<br>100.0%  |          |
| รวม                                 | 142<br>100.0% | 258<br>100.0% | 400<br>100.0% |          |

#### 5.4.2 อายุกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอายุกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 145.452$ ,  $df = 60$ ) อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 67.661$ ,  $df = 30$ ) อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม แต่ละครั้งทีระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .031$ ,  $\chi^2 = 39.731$ ,  $df = 25$ ) และอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านราคาหนังสือต่อเล่มที่ซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .002$ ,  $\chi^2 = 43.291$ ,  $df = 20$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                          | อายุ          |             |             |            |            |               | รวม        | ค่าสถิติ  |
|--|---------------|-------------|-------------|------------|------------|---------------|------------|---|
|  | ต่ำกว่า 20 ปี | 20-30 ปี    | 31-40 ปี    | 41-50 ปี   | 51-60 ปี   | มากกว่า 60 ปี |            |   |
| ประเภทหนังสือเล่มที่นิยมซื้อมากที่สุด              |               |             |             |            |            |               |            |   |
| ความรู้ด้านการบริหาร/<br>การจัดการ/ธุรกิจ/การลงทุน | 1<br>2.8%     | 13<br>36.1% | 12<br>33.3% | 5<br>13.9% | 4<br>11.1% | 1<br>2.8%     | 36<br>9.0% | $p = .000^*$<br>$\chi^2 = 145.452$<br>$df = 60$ |
| คอมพิวเตอร์/<br>เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์              | 6<br>15.8%    | 23<br>60.5% | 7<br>18.4%  | 1<br>2.6%  | 1<br>2.6%  | 0<br>.0%      | 38<br>9.5% |   |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม               | อายุ          |             |             |             |            |               | รวม          | ค่าสถิติ                       |
|---|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|---------------|--------------|--------------------------------|
|   | ต่ำกว่า 20 ปี | 20-30 ปี    | 31-40 ปี    | 41-50 ปี    | 51-60 ปี   | มากกว่า 60 ปี |              |                                |
| จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง                | 6<br>14.6%    | 18<br>43.9% | 9<br>22.0%  | 6<br>14.6%  | 2<br>4.9%  | 0<br>.0%      | 41<br>10.3%  |                                |
| ภาษา                                    | 3<br>18.8%    | 9<br>56.3%  | 2<br>12.5%  | 2<br>12.5%  | 0<br>0.0%  | 0<br>0.0%     | 16<br>4.0%   |                                |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา                      | 2<br>5.7%     | 8<br>22.9%  | 7<br>20.0%  | 10<br>28.6% | 7<br>20.0% | 1<br>2.9%     | 35<br>8.8%   |                                |
| /วัฒนธรรม/สังคมศาสตร์/ประวัติศาสตร์     |               |             |             |             |            |               |              |                                |
| สุขภาพ/ความงาม/อาหาร/การออกกำลังกาย     | 5<br>15.2%    | 15<br>45.5% | 6<br>18.2%  | 6<br>18.2%  | 1<br>30.0% | 0<br>.0%      | 33<br>8.3%   |                                |
| ท่องเที่ยวและแผนที่                     | 1<br>6.7%     | 7<br>46.7%  | 4<br>26.7%  | 1<br>6.7%   | 2<br>13.3% | 0<br>0%       | 15<br>3.8%   |                                |
| บ้าน/การตกแต่ง                          | 0<br>0%       | 3<br>27.3%  | 6<br>54.5%  | 1<br>9.1%   | 1<br>9.1%  | 0<br>.0%      | 11<br>2.8%   |                                |
| ศิลปะ/ดนตรี                             | 4<br>36.4%    | 7<br>63.6%  | 0<br>0%     | 0<br>0%     | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 11<br>2.8%   |                                |
| วรรณกรรม/นิยาย/นิทาน                    | 36<br>28.8%   | 65<br>52.0% | 12<br>9.6%  | 5<br>4.0%   | 5<br>4.0%  | 2<br>1.6%     | 125<br>31.3% |                                |
| การ์ตูนเพื่อความบันเทิง                 | 11<br>50.0%   | 10<br>45.5% | 1<br>4.5%   | 0<br>0%     | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 22<br>5.5%   |                                |
| ประวัติบุคคล/เบื้องหลัง/แฉ              | 0<br>0%       | 4<br>57.1%  | 1<br>14.3%  | 1<br>14.3%  | 1<br>14.3% | 0<br>0%       | 7<br>1.8%    |                                |
| สัตว์เลี้ยง และต้นไม้                   | 0<br>0%       | 5<br>50.0%  | 3<br>30.0%  | 0<br>0%     | 0<br>0%    | 2<br>20.0%    | 10<br>2.5%   |                                |
| เหตุผลที่สำคัญที่สุดในกรซื้อหนังสือเล่ม |               |             |             |             |            |               |              |                                |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้             | 15<br>10.2%   | 63<br>42.9% | 36<br>24.5% | 21<br>14.3% | 9<br>6.1%  | 3<br>2.0%     | 147<br>36.8% | p = .000*<br>$\chi^2 = 67.661$ |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                      | อายุ          |              |             |             |            |               | รวม          | ค่าสถิติ |  |
|--|---------------|--------------|-------------|-------------|------------|---------------|--------------|----------|--|
|  | ต่ำกว่า 20 ปี | 20-30 ปี     | 31-40 ปี    | 41-50 ปี    | 51-60 ปี   | มากกว่า 60 ปี |              |          |  |
| เพราะต้องการความบันเทิง                        | 43<br>30.9%   | 75<br>54.0%  | 12<br>8.6%  | 3<br>2.2%   | 5<br>3.6%  | 1<br>.7%      | 139<br>34.8% | df = 30  |  |
| เพราะต้องการพัฒนาตนเอง                         | 13<br>13.7%   | 44<br>46.3%  | 14<br>14.7% | 13<br>13.7% | 9<br>9.5%  | 2<br>2.1%     | 95<br>23.8%  |          |  |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ                            | 1<br>20.0%    | 0<br>0%      | 3<br>60.0%  | 1<br>20.0%  | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 5<br>1.3%    |          |  |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย                      | 1<br>12.5%    | 4<br>50.0%   | 2<br>25.2%  | 0<br>0%     | 1<br>12.5% | 0<br>0%       | 8<br>2.0%    |          |  |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญ/ของกำนัล        | 2<br>40.0%    | 1<br>20.0%   | 2<br>40.0%  | 0<br>0%     | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 5<br>1.3%    |          |  |
| เพราะการประชาสัมพันธ์ในร้านหนังสือ             | 0<br>0%       | 0<br>0%      | 1<br>100.0% | 0<br>0%     | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 1<br>.3%     |          |  |
| ซื้อหนังสือเล่มจากสถานที่ใดเป็นประจำ           |               |              |             |             |            |               |              |          |  |
| ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า เช่น ซีอีดี  | 42<br>16.9%   | 142<br>49.8% | 42<br>16.9% | 24<br>9.6%  | 12<br>4.8% | 5<br>2.0%     | 249<br>62.3% |          | p = .086<br>$\chi^2 = 52.695$<br>df = 40 |
| อมรินทร์ B2S เป็นต้น                           |               |              |             |             |            |               |              |          |  |
| ร้านบุ๊คสโม่ล ในเครือเซเว่น อีเลฟเว่น          | 3<br>20.0%    | 6<br>40.0%   | 5<br>33.3%  | 1<br>6.7%   | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 15<br>3.8%   |          |  |
| ร้านหนังสืออิสระใกล้บ้าน                       | 5<br>14.3%    | 17<br>48.6%  | 6<br>17.1%  | 4<br>11.4%  | 3<br>8.6%  | 0<br>0%       | 35<br>8.8%   |          |  |
| ร้าน/แผงหนังสือในสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน   | 2<br>12.5%    | 8<br>50.0%   | 5<br>31.3%  | 0<br>0%     | 0<br>0%    | 1<br>6.3%     | 16<br>4.0%   |          |  |
| ร้าน/แผงหนังสือในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล | 2<br>50.0%    | 1<br>25.0%   | 0<br>0%     | 0<br>0%     | 1<br>25.0% | 0<br>0%       | 4<br>1.0%    |          |  |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อขายหนังสือ<br>เล่ม                      | อายุ             |          |          |          |          |                  | รวม   | ค่าสถิติ                                  |
|--|------------------|----------|----------|----------|----------|------------------|-------|---|
|  | ต่ำกว่า<br>20 ปี | 20-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | 51-60 ปี | มากกว่า<br>60 ปี |       |   |
| ร้านหนังสือในย่าน                                      | 8                | 3        | 2        | 2        | 2        | 0                | 17    |   |
| การค้า เช่น สยามสแควร์                                 | 47.1%            | 17.6%    | 11.8%    | 11.8%    | 11.8%    | 0%               | 4.3%  |   |
| แผงหนังสือทั่วไปริมถนน                                 | 1                | 2        | 3        | 0        | 1        | 0                | 7     |   |
|  | 14.3%            | 28.6%    | 42.9%    | 0%       | 14.3%    | 0%               | 1.8%  |   |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์                                       | 1                | 0        | 3        | 0        | 0        | 0                | 4     |   |
|  | 25.0%            | 0%       | 75.0%    | 0%       | 0%       | 0%               | 1.0%  |   |
| ซื้อเฉพาะตามงาน  | 11               | 26       | 4        | 7        | 5        | 0                | 53    |   |
| เทศกาลลดราคาหนังสือ                                    | 20.8%            | 49.1%    | 7.5%     | 13.2%    | 9.4%     | 0%               | 13.3% |   |
| ความถี่ในการซื้อหนังสือ<br>เล่ม                        |                  |          |          |          |          |                  |       |   |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป                               | 19               | 32       | 8        | 5        | 5        | 0                | 69    | p = .031*<br>$\chi^2 = 39.731$<br>df = 25 |
|  | 27.5%            | 46.4%    | 11.6%    | 7.2%     | 7.2%     | 0%               | 17.3% |   |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน                                   | 18               | 49       | 11       | 13       | 8        | 1                | 100   |   |
|  | 18.0%            | 49.0%    | 11.0%    | 13.0%    | 8.0%     | 1.0%             | 25.0% |   |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน                                     | 10               | 52       | 24       | 6        | 5        | 5                | 102   |   |
|  | 9.8%             | 51.0%    | 23.5%    | 5.9%     | 4.9%     | 4.9%             | 25.5% |   |
| 2-3 ครั้ง ใน 1 เดือน                                   | 18               | 44       | 20       | 12       | 4        | 0                | 98    |   |
|  | 18.4%            | 44.9%    | 20.4%    | 12.2%    | 4.1%     | 0%               | 24.5% |   |
| 4-5 ครั้ง ใน 1 เดือน                                   | 5                | 6        | 5        | 1        | 0        | 0                | 17    |   |
|  | 29.4%            | 35.3%    | 29.4%    | 5.9%     | 0%       | 0%               | 4.3%  |   |
| มากกว่า 6 ครั้ง ใน 1 เดือน                             | 5                | 4        | 2        | 1        | 2        | 0                | 14    |   |
|  | 35.7%            | 28.6%    | 14.3%    | 7.1%     | 14.3%    | 0%               | 3.5%  |   |
| การซื้อขายหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ใน<br>รอบ 1 เดือนล่าสุด |                  |          |          |          |          |                  |       |   |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง                                      | 47               | 125      | 43       | 21       | 14       | 5                | 255   | p = .928<br>$\chi^2 = 11.634$<br>df = 20  |
|  | 18.4%            | 49.0%    | 16.9%    | 8.2%     | 5.5%     | 2.0%             | 63.8% |   |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง                                      | 19               | 48       | 18       | 10       | 8        | 1                | 104   |   |
|  | 18.3%            | 46.2%    | 17.3%    | 9.6%     | 7.7%     | 1.0%             | 26.0% |   |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม  | อายุ          |             |             |             |            |               | รวม          | ค่าสถิติ                                  |
|---|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|---------------|--------------|---|
|   | ต่ำกว่า 20 ปี | 20-30 ปี    | 31-40 ปี    | 41-50 ปี    | 51-60 ปี   | มากกว่า 60 ปี |              |   |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง   | 5<br>22.7%    | 8<br>36.4%  | 4<br>18.2%  | 3<br>13.6%  | 2<br>9.1%  | 0<br>0%       | 22<br>5.5%   |   |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง  | 1<br>16.7%    | 2<br>33.3%  | 1<br>16.7%  | 2<br>33.3%  | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 6<br>1.5%    |   |
| มากกว่า 10 เล่ม ต่อครั้ง  | 3<br>23.1%    | 4<br>30.8%  | 4<br>30.8%  | 2<br>15.4%  | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 13<br>3.3%   |   |
| ราคาหนังสือเล่ม ต่อเล่ม ที่ซื้อในรอบ 1 เดือน ล่าสุด                 |               |             |             |             |            |               |              |   |
| ต่ำกว่า 50 บาท ต่อเล่ม  | 3<br>23.1%    | 6<br>46.2%  | 2<br>15.4%  | 2<br>15.4%  | 0<br>0%    | 0<br>0%       | 13<br>3.3%   | p = .002*<br>$\chi^2 = 43.291$<br>df = 20 |
| 51-100 บาท ต่อเล่ม  | 15<br>33.3%   | 10<br>22.2% | 6<br>13.3%  | 5<br>11.1%  | 5<br>11.1% | 4<br>8.9%     | 45<br>11.3%  |   |
| 101-150 บาท ต่อเล่ม   | 20<br>23.8%   | 40<br>47.6% | 11<br>13.1% | 7<br>8.3%   | 6<br>7.1%  | 0<br>0%       | 84<br>21.0%  |   |
| 51-200 บาท ต่อเล่ม  | 20<br>14.7%   | 73<br>53.7% | 27<br>19.9% | 10<br>7.4%  | 5<br>3.7%  | 1<br>.7%      | 136<br>34.0% |   |
| มากกว่า 200 บาท ต่อเล่ม   | 17<br>13.9%   | 58<br>47.5% | 24<br>19.7% | 14<br>11.5% | 8<br>6.6%  | 1<br>.8%      | 122<br>30.5% |   |
| จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ในรอบ 1 เดือนล่าสุด |               |             |             |             |            |               |              |   |
| ต่ำกว่า 100 บาท ต่อครั้ง  | 6<br>31.6%    | 5<br>26.3%  | 3<br>15.8%  | 3<br>15.8%  | 1<br>5.3%  | 1<br>5.3%     | 19<br>4.8%   | p = .061<br>$\chi^2 = 30.570$<br>df = 20  |
| 101-300 บาท ต่อครั้ง  | 29<br>22.1%   | 63<br>48.1% | 16<br>12.2% | 9<br>6.9%   | 10<br>7.6% | 4<br>3.1%     | 131<br>32.8% |   |
| 301-500 บาท ต่อครั้ง  | 24<br>17.0%   | 67<br>47.5% | 35<br>24.8% | 11<br>7.8%  | 4<br>2.8%  | 0<br>0%       | 141<br>35.3% |   |

ตารางที่ 20 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                | อายุ          |               |              |              |              |               | รวม           | ค่าสถิติ                                 |
|--|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--|
|  | ต่ำกว่า 20 ปี | 20-30 ปี      | 31-40 ปี     | 41-50 ปี     | 51-60 ปี     | มากกว่า 60 ปี |               |  |
| 501-1,000 บาท ต่อครั้ง                   | 13<br>16.3%   | 40<br>50.0%   | 10<br>12.5%  | 11<br>13.8%  | 5<br>6.3%    | 1<br>1.3%     | 80<br>20.0%   |  |
| มากกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง               | 3<br>10.3%    | 12<br>41.4%   | 6<br>20.7%   | 4<br>13.8%   | 4<br>13.8%   | 0<br>0%       | 29<br>7.3%    |  |
| การใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่ม เมื่ออ่านจบ |               |               |              |              |              |               |               |  |
| เก็บสะสม                                 | 33<br>18.4%   | 84<br>46.9%   | 38<br>21.2%  | 14<br>7.8%   | 5<br>2.8%    | 5<br>2.8%     | 179<br>44.8%  | p = .187<br>$\chi^2 = 36.676$<br>df = 30 |
| ให้คนใกล้ชิดยืมอ่าน                      | 17<br>24.6%   | 31<br>44.9%   | 9<br>13.0%   | 7<br>10.1%   | 5<br>7.2%    | 0<br>0%       | 69<br>17.3%   |  |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง                       | 18<br>18.6%   | 48<br>49.5%   | 13<br>13.4%  | 11<br>11.3%  | 7<br>7.2%    | 0<br>0%       | 97<br>24.3%   |  |
| นำไปบริจาค                               | 2<br>28.6%    | 2<br>28.6%    | 1<br>14.3%   | 0<br>0%      | 1<br>14.3%   | 1<br>14.3%    | 7<br>1.8%     |  |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า                | 0<br>0%       | 1<br>.5%      | 0<br>0%      | 0<br>0%      | 0<br>0%      | 0<br>0%       | 1<br>.3%      |  |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย                       | 1<br>1.3%     | 0<br>0%       | 0<br>0%      | 0<br>0%      | 0<br>0%      | 0<br>0%       | 1<br>.3%      |  |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง      | 4<br>8.7%     | 21<br>45.7%   | 9<br>19.6%   | 6<br>13.0%   | 6<br>13.0%   | 0<br>0%       | 46<br>11.5%   |  |
| รวม                                      | 75<br>100.0%  | 187<br>100.0% | 70<br>100.0% | 38<br>100.0% | 24<br>100.0% | 6<br>100.0%   | 400<br>100.0% |  |

### 5.4.3 ระดับการศึกษากับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ .05 (p = .000,  $\chi^2 = 105.980$ , df = 48)

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่มที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .019$ ,  $\chi^2 = 40.535$ ,  $df = 24$ ) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม แต่ครั้งที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 48.906$ ,  $df = 20$ ) และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านราคาซื้อหนังสือต่อเล่มที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .003$ ,  $\chi^2 = 35.817$ ,  $df = 16$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม                            | ระดับการศึกษา               |                        |                |             |                  |                 | รวม         | ค่าสถิติ                                 |
|---|-----------------------------|------------------------|----------------|-------------|------------------|-----------------|-------------|--|
|   | ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | อนุปริญญา/ปวส. | ปริญญาตรี   | สูงกว่าปริญญาตรี | ไม่ได้เข้าเรียน |             |  |
| ประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุด                |                             |                        |                |             |                  |                 |             |  |
| ความรู้ด้านการบริหาร/การจัดการ/ธุรกิจ/การลงทุน        | 0<br>0%                     | 2<br>5.6%              | 0<br>0%        | 17<br>47.2% | 17<br>47.42%     | 0<br>0%         | 36<br>9.0%  | p = .000*<br>$\chi^2=105.980$<br>df = 48 |
| คอมพิวเตอร์/เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์                     | 1<br>2.6%                   | 4<br>10.5%             | 1<br>2.6%      | 26<br>68.4% | 6<br>15.8%       | 0<br>0%         | 36<br>9.5%  |  |
| จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง                              | 1<br>2.4%                   | 5<br>12.2%             | 3<br>7.3%      | 27<br>65.9% | 5<br>12.2%       | 0<br>0%         | 41<br>10.3% |  |
| ภาษา  | 2<br>12.5%                  | 2<br>12.5%             | 0<br>0%        | 11<br>68.8% | 1<br>6.3%        | 0<br>0%         | 16<br>4.0%  |  |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา/วัฒนธรรม/สังคมศาสตร์/ประวัติศาสตร์ | 1<br>2.9%                   | 2<br>5.7%              | 3<br>8.6%      | 22<br>62.9% | 7<br>20.0%       | 0<br>0%         | 35<br>8.8%  |  |
| สุขภาพ/ความงาม/                                       | 2                           | 2                      | 2              | 26          | 1                | 0               | 33          |  |

ตารางท 21 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม               | ระดับการศึกษา               |                        |                |           |                  |                 | รวม   | ค่าสถิติ                                  |
|--|-----------------------------|------------------------|----------------|-----------|------------------|-----------------|-------|---|
|  | ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | อนุปริญญา/ปวส. | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | ไม่ได้เข้าเรียน |       |   |
| อาหาร/การออกกำลังกาย                     | 6.1%                        | 6.1%                   | 6.1%           | 78.8%     | 3.0%             | 0%              | 8.3%  |   |
| ท่องเที่ยวและแผนที่                      | 1                           | 1                      | 0              | 12        | 1                | 0               | 15    |   |
|  | 6.7%                        | 6.7%                   | 0%             | 80.0%     | 6.7%             | 0%              | 3.8%  |   |
| บ้าน/การตกแต่ง                           | 0                           | 0                      | 1              | 8         | 2                | 0               | 11    |   |
|  | 0%                          | 0%                     | 9.1%           | 72.7%     | 18.2%            | 0%              | 2.8%  |   |
| ศิลปะ/ดนตรี                              | 0                           | 2                      | 0              | 9         | 0                | 0               | 11    |   |
|  | 0%                          | 18.2%                  | 0%             | 81.8%     | 0%               | 0%              | 2.8%  |   |
| วรรณกรรม/นิยาย/นิทาน                     | 13                          | 23                     | 2              | 73        | 14               | 0               | 125   |   |
|  | 10.4%                       | 18.4%                  | 1.6%           | 58.4%     | 11.2%            | 0%              | 31.3% |   |
| การ์ตูนเพื่อความบันเทิง                  | 4                           | 6                      | 0              | 11        | 1                | 0               | 22    |   |
|  | 18.2%                       | 27.3%                  | 0%             | 50.0%     | 4.5%             | 0%              | 5.5%  |   |
| ประวัติบุคคล/เบื้องหลัง/แฉ               | 0                           | 0                      | 0              | 6         | 1                | 0               | 7     |   |
|  | 0%                          | 0%                     | 0%             | 85.7%     | 14.3%            | 0%              | 1.8%  |   |
| สัตว์เลี้ยง และต้นไม้                    | 0                           | 0                      | 3              | 7         | 0                | 0               | 10    |   |
|  | 0%                          | 0%                     | 30.0%          | 70.0%     | 0%               | 0%              | 2.5%  |   |
| เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม |                             |                        |                |           |                  |                 |       |   |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้              | 4                           | 8                      | 7              | 103       | 25               | 0               | 147   | p = .019*<br>$\chi^2 = 40.535$<br>df = 24 |
|  | 2.7%                        | 5.4%                   | 4.8%           | 70.1%     | 17.0%            | 0%              | 36.8% |   |
| เพราะต้องการความบันเทิง                  | 16                          | 26                     | 4              | 80        | 13               | 0               | 139   |   |
|  | 11.5%                       | 18.7%                  | 2.9%           | 57.6%     | 9.4%             | 0%              | 34.8% |   |
| เพราะต้องการพัฒนาตนเอง                   | 4                           | 12                     | 4              | 61        | 14               | 0               | 95    |   |
|  | 4.2%                        | 12.6%                  | 4.2%           | 64.2%     | 14.7%            | 0%              | 23.8% |   |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ                      | 0                           | 1                      | 0              | 2         | 2                | 0               | 5     |   |
|  | 0%                          | 20.0%                  | 0%             | 40.0%     | 40.0%            | 0%              | 1.3%  |   |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย                | 0                           | 1                      | 0              | 7         | 0                | 0               | 8     |   |
|  | 0%                          | 12.5%                  | 0%             | 87.5%     | 0%               | 0%              | 2.0%  |   |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญ/ของกำนัล  | 1                           | 1                      | 0              | 2         | 1                | 0               | 5     |   |
|  | 20.0%                       | 20.0%                  | 0%             | 40.0%     | 20.0%            | 0%              | 1.3%  |   |
| เพราะการประชาสัมพันธ์ในร้านหนังสือ       | 0                           | 0                      | 0              | 0         | 1                | 0               | 1     |   |
|  | 0%                          | 0%                     | 0%             | 0%        | 100%             | 0%              | 3%    |   |

ตารางที่ 21 (ต่อ)



| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม   | ระดับการศึกษา               |                        |                |              |                  |                 | รวม          | ค่าสถิติ                                 |   |
|---|-----------------------------|------------------------|----------------|--------------|------------------|-----------------|--------------|--|---|
|   | ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | อนุปริญญา/ปวส. | ปริญญาตรี    | สูงกว่าปริญญาตรี | ไม่ได้เข้าเรียน |              |  |   |
| ซื้อหนังสือเล่มจากสถานที่ใดเป็นประจำ                              |                             |                        |                |              |                  |                 |              |  |   |
| ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า เช่น ซีอีต อมรินทร์ B2S เป็นต้น | 15<br>6.0%                  | 31<br>12.4%            | 10<br>4.0%     | 158<br>63.5% | 35<br>14.1%      | 0<br>0%         | 249<br>62.3% | p = .759<br>$\chi^2 = 26.997$<br>df = 32 |   |
| ร้านบุ๊คสโมล์ ในเครือเซเว่น อีเลฟเว่น                             | 2<br>13.3%                  | 1<br>6.7%              | 1<br>6.7%      | 8<br>53.3%   | 3<br>20.0%       | 0<br>0%         | 15<br>3.8%   |  |   |
| ร้านหนังสืออิสระใกล้บ้าน  | 2<br>5.7%                   | 3<br>8.6%              | 1<br>2.9%      | 24<br>68.6%  | 5<br>14.3%       | 0<br>0%         | 35<br>8.8%   |  |   |
| ร้าน/แผงหนังสือในสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน                      | 1<br>6.3%                   | 0<br>0%                | 1<br>6.3%      | 12<br>75.0%  | 2<br>12.5%       | 0<br>0%         | 16<br>4.0%   |  |   |
| ร้าน/แผงหนังสือในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล                    | 1<br>25.0%                  | 1<br>25.0%             | 0<br>0%        | 2<br>50.0%   | 0<br>0%          | 0<br>0%         | 4<br>1.0%    |  |   |
| ร้านหนังสือในย่านการค้า เช่น สยามสแควร์                           | 3<br>17.6%                  | 4<br>23.5%             | 0<br>0%        | 7<br>41.2%   | 3<br>17.6%       | 0<br>0%         | 17<br>4.3%   |  |   |
| แผงหนังสือทั่วไปริมถนน  | 0<br>0%                     | 1<br>14.3%             | 1<br>14.3%     | 3<br>42.9%   | 2<br>28.6%       | 0<br>0%         | 7<br>1.8%    |  |   |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์  | 0<br>0%                     | 1<br>25.0%             | 0<br>0%        | 2<br>50.0%   | 1<br>25.0%       | 0<br>0%         | 4<br>1.0%    |  |   |
| ซื้อเฉพาะตามงานเทศกาลลดราคาหนังสือ                                | 1<br>1.9%                   | 7<br>13.2%             | 1<br>1.9%      | 39<br>73.6%  | 5<br>9.4%        | 0<br>0%         | 53<br>13.3%  |  |   |
| ความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม                                       |                             |                        |                |              |                  |                 |              |  |   |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป  | 3<br>4.3%                   | 11<br>15.9%            | 1<br>1.4%      | 44<br>63.8%  | 10<br>14.5%      | 0<br>0%         | 69<br>17.3%  |  | p = .000*<br>$\chi^2 = 48.906$<br>df = 20 |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน  | 8<br>8.0%                   | 14<br>14.0%            | 4<br>4.0%      | 65<br>65.0%  | 9<br>9.0%        | 0<br>0%         | 100<br>25.0% |  |   |

ตารางที่ 21 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือ<br>เล่ม                           | ระดับการศึกษา                               |                                |                    |               |                          |                         | รวม          | ค่าสถิติ                                  |
|---|---|--------------------------------|--------------------|---------------|--------------------------|-------------------------|--------------|---|
|   | ประถม<br>ศึกษา/<br>มัธยม<br>ศึกษา<br>ตอนต้น | มัธยม<br>ศึกษาตอน<br>ปลาย/ปวช. | อนุปริญญา/<br>ปวส. | ปริญญา<br>ตรี | สูงกว่า<br>ปริญญา<br>ตรี | ไม่ได้<br>เข้า<br>เรียน |              |   |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน                                      | 2<br>2.0%                                   | 9<br>8.8%                      | 6<br>5.9%          | 68<br>66.7%   | 17<br>16.7%              | 0<br>0%                 | 102<br>25.5% |   |
| 2-3 ครั้ง ใน 1 เดือน                                    | 3<br>3.1%                                   | 12<br>12.2%                    | 2<br>2.0%          | 62<br>63.3%   | 19<br>19.4%              | 0<br>0%                 | 98<br>24.5%  |   |
| 4-5 ครั้ง ใน 1 เดือน                                    | 4<br>23.5%                                  | 3<br>17.6%                     | 1<br>5.9%          | 8<br>47.1%    | 1<br>5.9%                | 0<br>0%                 | 17<br>4.3%   |   |
| มากกว่า 6 ครั้ง ใน<br>1 เดือน                           | 5<br>35.7%                                  | 0<br>0%                        | 1<br>7.1%          | 8<br>57.1%    | 0<br>0%                  | 0<br>0%                 | 14<br>3.5%   |   |
| การซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ใน<br>รอบ 1 เดือนล่าสุด     |   |                                |                    |               |                          |                         |              |   |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง                                       | 17<br>6.7%                                  | 31<br>12.2%                    | 11<br>4.3%         | 162<br>63.5%  | 34<br>13.3%              | 0<br>0%                 | 255<br>63.8% | p = .362<br>$\chi^2 = 17.637$<br>df = 16  |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง                                       | 6<br>5.8%                                   | 10<br>9.6%                     | 3<br>2.9%          | 68<br>65.4%   | 17<br>16.3%              | 0<br>0%                 | 104<br>26.0% |   |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง                                       | 0<br>0%                                     | 6<br>27.3%                     | 1<br>4.5%          | 13<br>59.1%   | 2<br>9.1%                | 0<br>0%                 | 22<br>5.5%   |   |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง                                      | 0<br>0%                                     | 2<br>33.3%                     | 0<br>0%            | 2<br>33.3%    | 2<br>33.3%               | 0<br>0%                 | 6<br>1.5%    |   |
| มากกว่า 10 เล่มต่อครั้ง                                 | 2<br>15.4%                                  | 0<br>0%                        | 0<br>0%            | 10<br>76.9%   | 1<br>7.7%                | 0<br>0%                 | 13<br>3.3%   |   |
| ราคาหนังสือเล่ม ต่อเล่ม ที่ซื้อ<br>ในรอบ 1 เดือน ล่าสุด |   |                                |                    |               |                          |                         |              |   |
| ต่ำกว่า 50 บาทต่อเล่ม                                   | 2<br>15.4%                                  | 1<br>7.7%                      | 2<br>15.4%         | 5<br>38.5%    | 3<br>23.1%               | 0<br>0%                 | 13<br>3.3%   | p = .003*<br>$\chi^2 = 35.817$<br>df = 16 |
| 51-100 บาทต่อเล่ม                                       | 7<br>15.6%                                  | 6<br>13.3%                     | 4<br>8.9%          | 25<br>55.6%   | 3<br>6.7%                | 0<br>0%                 | 45<br>11.3%  |   |

ตารางที่ 21 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม                                     | ระดับการศึกษา               |                        |                |              |                  |                 | รวม          | ค่าสถิติ                                 |
|--|-----------------------------|------------------------|----------------|--------------|------------------|-----------------|--------------|--|
|  | ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | อนุปริญญา/ปวส. | ปริญญาตรี    | สูงกว่าปริญญาตรี | ไม่ได้เข้าเรียน |              |  |
| 51-100 บาท ต่อเล่ม   | 7<br>15.6%                  | 6<br>13.3%             | 4<br>8.9%      | 25<br>55.6%  | 3<br>6.7%        | 0<br>0%         | 45<br>11.3%  | df = 16                                  |
| 101-150 บาท ต่อเล่ม  | 4<br>4.8%                   | 16<br>19.0%            | 3<br>3.6%      | 55<br>65.5%  | 6<br>7.1%        | 0<br>0%         | 84<br>21.0%  |  |
| 151-200 บาท ต่อเล่ม  | 6<br>4.4%                   | 14<br>10.3%            | 6<br>4.4%      | 86<br>63.2%  | 24<br>17.6%      | 0<br>0%         | 136<br>34.0% |  |
| มากกว่า 200 บาท ต่อเล่ม  | 6<br>4.9%                   | 12<br>9.8%             | 0<br>0%        | 84<br>68.9%  | 20<br>16.4%      | 0<br>0%         | 122<br>30.5% |  |
| จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้งในรอบ 1 เดือนล่าสุด |                             |                        |                |              |                  |                 |              |  |
| ต่ำกว่า 100 บาท ต่อครั้ง   | 4<br>21.1%                  | 1<br>5.3%              | 2<br>10.5%     | 10<br>52.6%  | 2<br>10.5%       | 0<br>0%         | 19<br>4.8%   | p = .082<br>$\chi^2 = 24.380$<br>df = 16 |
| 101-300 บาท ต่อครั้ง   | 10<br>7.6%                  | 21<br>16.0%            | 5<br>3.8%      | 79<br>60.3%  | 16<br>12.2%      | 0<br>0%         | 131<br>32.8% |  |
| 301-500 บาท ต่อครั้ง   | 7<br>5.0%                   | 17<br>12.1%            | 8<br>5.7%      | 87<br>61.7%  | 22<br>15.6%      | 0<br>0%         | 141<br>35.3% |  |
| 501-1,000 บาท ต่อครั้ง   | 3<br>3.8%                   | 9<br>11.3%             | 0<br>0%        | 58<br>72.5%  | 10<br>12.5%      | 0<br>0%         | 80<br>20.0%  |  |
| มากกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง   | 1<br>3.4%                   | 1<br>3.4%              | 0<br>0%        | 21<br>72.4%  | 6<br>20.7%       | 0<br>0%         | 29<br>7.3%   |  |
| การใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่ม เมื่ออ่านจบ                           |                             |                        |                |              |                  |                 |              |  |
| เก็บสะสม   | 11<br>6.1%                  | 22<br>12.3%            | 5<br>2.8%      | 112<br>62.6% | 29<br>16.2%      | 0<br>0%         | 179<br>44.8% | p = .152<br>$\chi^2 = 31.052$<br>df = 24 |
| ให้คนใกล้ชิดยืมอ่าน  | 6<br>8.7%                   | 11<br>15.9%            | 1<br>1.4%      | 47<br>68.1%  | 4<br>5.8%        | 0<br>0%         | 69<br>17.3%  |  |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง   | 5<br>5.2%                   | 10<br>10.3%            | 5<br>5.2%      | 64<br>66.0%  | 13<br>13.4%      | 0<br>0%         | 97<br>24.3%  |  |

ตารางที่ 21 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม           | ระดับการศึกษา                       |                                |                    |               |                          |                         | รวม           | ค่าสถิติ |
|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------|---------------|--------------------------|-------------------------|---------------|----------|
|                                     | ประถมศึกษา/<br>มัธยมศึกษา<br>ตอนต้น | มัธยมศึกษา<br>ตอนปลาย/<br>ปวช. | อนุปริญญา/<br>ปวส. | ปริญญา<br>ตรี | สูงกว่า<br>ปริญญา<br>ตรี | ไม่ได้<br>เข้า<br>เรียน |               |          |
| นำไปบริจาค                          | 2<br>28.6%                          | 2<br>28.6%                     | 0<br>0%            | 2<br>28.6%    | 1<br>14.3%               | 0<br>0%                 | 7<br>1.8%     |          |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า           | 0<br>0%                             | 0<br>0%                        | 0<br>0%            | 1<br>100.0%   | 0<br>0%                  | 0<br>0%                 | 1<br>.3%      |          |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย                  | 0<br>0%                             | 1<br>2.0%                      | 0<br>0%            | 0<br>0%       | 0<br>0%                  | 0<br>0%                 | 1<br>.3%      |          |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง | 1<br>2.2%                           | 3<br>6.5%                      | 4<br>8.7%          | 29<br>63.0%   | 9<br>19.6%               | 0<br>0%                 | 46<br>11.5%   |          |
| รวม                                 | 25<br>100.0%                        | 49<br>100%                     | 15<br>100%         | 255<br>100.0% | 56<br>100.0%             | 0<br>100.0%             | 400<br>100.0% |          |

#### 5.4.4 อาชีพกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 109.190$ ,  $df = 60$ ) อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 63.571$ ,  $df = 30$ ) และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านการใช้ประโยชน์จากหนังสือเมื่ออ่านจบที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 65.654$ ,  $df = 30$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมกรรซื้อหนังสือเล่ม                            | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                | รวม          | ค่าสถิติ                    |
|---|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------|-----------------------------|
|   | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |              |                             |
| ประเภทหนังสือเล่มที่นิยมซื้อมากที่สุด                 |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |                             |
| ความรู้ด้านการบริหาร/การจัดการ/ธุรกิจ/การลงทุน        | 5<br>13.9%        | 12<br>33.3%  | 9<br>25.0%                 | 5<br>13.9%         | 5<br>13.9%                            | 0<br>0%                        | 36<br>9.0%   | p = .000*                   |
| คอมพิวเตอร์/เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์                     | 19<br>50.0%       | 8<br>21.1%   | 4<br>10.5%                 | 2<br>5.3%          | 5<br>13.2%                            | 0<br>0%                        | 38<br>9.5%   | $\chi^2=109.190$<br>df = 60 |
| จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง                              | 12<br>29.3%       | 12<br>29.3%  | 10<br>24.4%                | 2<br>4.9%          | 5<br>12.2%                            | 0<br>0%                        | 41<br>10.3%  |                             |
| ภาษา  | 7<br>43.8%        | 6<br>37.5%   | 1<br>6.3%                  | 0<br>0%            | 2<br>12.5%                            | 0<br>0%                        | 16<br>4.0%   |                             |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา/วัฒนธรรม/สังคมศาสตร์/ประวัติศาสตร์ | 7<br>20.0%        | 8<br>22.9%   | 9<br>25.7%                 | 1<br>2.9%          | 7<br>20.0%                            | 3<br>8.6%                      | 35<br>8.8%   |                             |
| สุขภาพ/ความงาม/อาหาร/การออกกำลังกาย                   | 11<br>33.3%       | 8<br>24.2%   | 6<br>18.2%                 | 1<br>3.0%          | 6<br>18.2%                            | 1<br>3.0%                      | 35<br>8.3%   |                             |
| ท่องเที่ยวและแผนที่                                   | 2<br>13.3%        | 4<br>26.7%   | 4<br>26.7%                 | 1<br>6.7%          | 3<br>20.0%                            | 1<br>6.7%                      | 15<br>3.8%   |                             |
| บ้าน/การตกแต่ง  | 0<br>0%           | 4<br>36.4%   | 2<br>18.2%                 | 1<br>9.1%          | 4<br>36.4%                            | 0<br>0%                        | 11<br>2.8%   |                             |
| ศิลปะ/ดนตรี   | 9<br>81.8%        | 0<br>0%      | 2<br>18.2%                 | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 0<br>0%                        | 11<br>2.8%   |                             |
| วรรณกรรม/นิยาย/นิทาน                                  | 64<br>51.2%       | 23<br>18.4%  | 23<br>18.4%                | 2<br>1.6%          | 7<br>5.6%                             | 6<br>4.8%                      | 125<br>31.3% |                             |

ตารางที่ 22 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                                    | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                | รวม          | ค่าสถิติ                                  |  |
|--|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------|---|--|
|  | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |              |   |  |
| การ์ตูนเพื่อความบันเทิง                                      | 17<br>77.3%       | 2<br>9.1%    | 3<br>13.6%                 | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 0<br>0%                        | 22<br>5.5%   |   |  |
| ประวัติบุคคล/เบื้องหลัง/แฉ                                   | 2<br>28.6%        | 2<br>28.6%   | 3<br>13.6%                 | 1<br>14.3%         | 0<br>0%                               | 0<br>0%                        | 7<br>1.8%    |   |  |
| สัตว์เลี้ยง และต้นไม้  | 0<br>0%           | 4<br>40.0%   | 2<br>28.6%                 | 0<br>0%            | 3<br>30.0%                            | 0<br>0%                        | 10<br>2.5%   |   |  |
| เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม                     |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |   |  |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้                                  | 38<br>25.9%       | 34<br>23.1%  | 42<br>28.6%                | 10<br>6.8%         | 21<br>14.3%                           | 2<br>1.4%                      | 147<br>36.8% | p = .000*<br>$\chi^2 = 63.571$<br>df = 30 |  |
| เพราะต้องการความบันเทิง                                      | 78<br>56.1%       | 27<br>19.4%  | 21<br>15.1%                | 2<br>1.4%          | 6<br>4.3%                             | 5<br>3.6%                      | 139<br>34.8% |   |  |
| เพราะต้องการพัฒนาตนเอง                                       | 32<br>33.7%       | 30<br>31.6%  | 10<br>10.5%                | 3<br>3.2%          | 16<br>16.8%                           | 4<br>4.2%                      | 95<br>23.8%  |   |  |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ  | 1<br>20.0%        | 1<br>20.0%   | 1<br>20.0%                 | 1<br>20.0%         | 1<br>20.0%                            | 0<br>0%                        | 5<br>1.3%    |   |  |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย                                    | 4<br>50.0%        | 1<br>12.5%   | 1<br>12.5%                 | 0<br>0%            | 2<br>25.0%                            | 0<br>0%                        | 8<br>2.0%    |   |  |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญของกำนัล                       | 2<br>40.0%        | 0<br>0%      | 2<br>40.0%                 | 0<br>0%            | 1<br>20.0%                            | 0<br>0%                        | 5<br>1.3%    |   |  |
| การประชาสัมพันธ์ในร้านหนังสือ                                | 0<br>0%           | 0<br>0%      | 1<br>100.0%                | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 0<br>0%                        | 1<br>.3%     |   |  |
| ซื้อหนังสือเล่ม จากสถานที่ใดเป็นประจำ                        |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |   |  |
| ร้านหนังสือศรีชัยในศูนย์การค้าเซ็นซีเ็ดอิมรินทร์ B2S เป็นต้น | 95<br>38.2%       | 61<br>24.5%  | 41<br>16.5%                | 12<br>4.8%         | 32<br>12.9%                           | 8<br>3.2%                      | 249<br>62.3% |   | p = .686<br>$\chi^2 = 35.210$<br>df = 40 |

ตารางที่ 22 (ต่อ)

| พฤติกรรมการศึกษาหนังสือเล่ม | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                | รวม   | ค่าสถิติ        |
|-----------------------------|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|-------|-----------------|
|                             | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |       |                 |
| ร้านบุ๊คสโตร์ ไมโคร         | 7                 | 4            | 1                          | 0                  | 3                                     | 0                              | 15    |                 |
| เซเว่น อีเลฟเว่น            | 46.7%             | 26.7%        | 6.7%                       | 0%                 | 20.0%                                 | 0%                             | 3.8%  |                 |
| ร้านหนังสืออิสระ            | 12                | 5            | 10                         | 1                  | 6                                     | 1                              | 35    |                 |
| ใกล้บ้าน                    | 34.3%             | 14.3%        | 28.6%                      | 2.9                | 17.1%                                 | 2.9%                           | 8.8%  |                 |
| ร้านแผงหนังสือใน            | 7                 | 3            | 4                          | 1                  | 1                                     | 0                              | 16    |                 |
| สถานศึกษาทั้ง               | 43.8%             | 18.8%        | 25.0%                      | 6.3%               | 6.3%                                  | 0%                             | 4.0%  |                 |
| ภาครัฐและเอกชน              |                   |              |                            |                    |                                       |                                |       |                 |
| ร้านแผงหนังสือใน            | 2                 | 1            | 1                          | 0                  | 0                                     | 0                              | 4     |                 |
| หน่วยงานต่าง ๆ              | 50.0%             | 25.0%        | 25.0%                      | 0%                 | 0%                                    | 0%                             | 1.0%  |                 |
| เช่น โรงพยาบาล              |                   |              |                            |                    |                                       |                                |       |                 |
| ร้านหนังสือในย่าน           | 10                | 3            | 2                          | 1                  | 1                                     | 0                              | 17    |                 |
| กาดค้าชิ้นสยามแชนด์         | 58.8%             | 17.6%        | 11.8%                      | 5.9%               | 5.9%                                  | 0%                             | 4.3%  |                 |
| แผงหนังสือทั่วไป            | 2                 | 2            | 2                          | 0                  | 0                                     | 1                              | 7     |                 |
| ริมถนน                      | 28.6%             | 28.6%        | 28.6%                      | 0%                 | 0%                                    | 14.3%                          | 1.8%  |                 |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์            | 1                 | 1            | 0                          | 1                  | 1                                     | 0                              | 4     |                 |
|                             | 25.0%             | 25.0%        | 0%                         | 25.0%              | 25.0%                                 | 0%                             | 1.0%  |                 |
| ซื้อเฉพาะตามงาน             | 19                | 13           | 17                         | 0                  | 3                                     | 1                              | 53    |                 |
| เทศกาลลดราคาหนังสือ         | 35.8%             | 24.5%        | 32.1%                      | 0%                 | 5.7%                                  | 1.9%                           | 13.3% |                 |
| ความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม |                   |              |                            |                    |                                       |                                |       |                 |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป    | 31                | 15           | 14                         | 1                  | 6                                     | 2                              | 69    | p = .209        |
|                             | 44.9%             | 21.7%        | 20.3%                      | 1.4%               | 8.7%                                  | 2.9%                           | 17.3% | $\chi^2=30.412$ |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน        | 37                | 22           | 23                         | 3                  | 11                                    | 4                              | 100   | df = 25         |
|                             | 37.0%             | 22.0%        | 23.0%                      | 3.0%               | 11.0%                                 | 4.0%                           | 25.0% |                 |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน          | 33                | 26           | 17                         | 5                  | 20                                    | 1                              | 102   |                 |
|                             | 32.4%             | 25.5%        | 16.7%                      | 4.9%               | 19.6%                                 | 1.0%                           | 25.5% |                 |

ตารางที่ 22 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อหนังสือเล่ม                          | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                | รวม          | ค่าสถิติ                                 |
|---|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------|--|
|   | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |              |  |
| 2-3 ครั้งใน 1 เดือน                                 | 37<br>37.8%       | 27<br>27.6%  | 20<br>20.4%                | 6<br>6.1%          | 6<br>6.1%                             | 2<br>2.0%                      | 98<br>24.5%  |  |
| 4-5 ครั้งใน 1 เดือน                                 | 10<br>58.8%       | 0<br>0%      | 2<br>11.8%                 | 1<br>5.9%          | 2<br>11.8%                            | 2<br>11.8%                     | 17<br>4.3%   |  |
| มากกว่า 6 ครั้งใน 1 เดือน                           | 7<br>50.0%        | 3<br>21.4%   | 2<br>14.3%                 | 0<br>0%            | 2<br>14.3%                            | 0<br>0%                        | 14<br>3.5%   |  |
| การซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ในรอบ 1 เดือน ล่าสุด    |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |  |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง                                   | 93<br>36.5%       | 67<br>26.3%  | 48<br>18.8%                | 10<br>12.2%        | 31<br>12.2%                           | 6<br>2.4%                      | 255<br>63.8% | p = .382<br>$\chi^2 = 21.263$<br>df = 20 |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง                                   | 43<br>41.3%       | 20<br>19.2%  | 19<br>18.3%                | 5<br>4.8%          | 15<br>14.4%                           | 2<br>1.9%                      | 104<br>26.0% |  |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง                                   | 9<br>40.9%        | 5<br>22.7%   | 5<br>22.7%                 | 1<br>4.5%          | 1<br>4.5%                             | 1<br>4.5%                      | 22<br>5.5%   |  |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง                                  | 3<br>50.0%        | 1<br>16.7%   | 2<br>33.3%                 | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 0<br>0%                        | 6<br>1.5%    |  |
| มากกว่า 10 เล่ม ต่อครั้ง                            | 7<br>53.8%        | 0<br>0%      | 4<br>30.8%                 | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 2<br>15.4%                     | 13<br>3.3%   |  |
| ราคาหนังสือเล่ม ต่อเล่ม ที่ซื้อในรอบ 1 เดือน ล่าสุด |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |  |
| ต่ำกว่า 50 บาทต่อเล่ม                               | 5<br>38.5%        | 4<br>30.8%   | 3<br>23.1%                 | 0<br>0%            | 1<br>7.7%                             | 0<br>0%                        | 13<br>3.3%   | p = .322<br>$\chi^2 = 22.349$<br>df = 20 |
| 51-100 บาทต่อเล่ม                                   | 18<br>40.0%       | 5<br>11.1%   | 15<br>33.3%                | 0<br>0%            | 5<br>11.1%                            | 2<br>4.4%                      | 45<br>11.3%  |  |

ตารางที่ 22 (ต่อ)



| พฤติกรรม การซื้อหนังสือเล่ม  | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                | รวม          | ค่าสถิติ                                  |
|--|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------|---|
|  | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |              |   |
| 101-150บาทต่อเล่ม  | 37<br>44.0%       | 19<br>22.6%  | 10<br>11.9%                | 5<br>6.0           | 10<br>11.9%                           | 3<br>3.6%                      | 84<br>21.0%  |   |
| 151-200บาทต่อเล่ม  | 56<br>41.2%       | 34<br>25.0%  | 22<br>16.2%                | 8<br>5.9%          | 13<br>9.6%                            | 3<br>2.2%                      | 136<br>34.0% |   |
| มากกว่า 200 บาทต่อเล่ม   | 39<br>32.0%       | 31<br>25.4%  | 2<br>23.0%                 | 3<br>2.5%          | 18<br>14.8%                           | 3<br>2.5%                      | 122<br>30.5% |   |
| จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อหนังสือเล่มต่อครั้ง ในรอบ 1 เดือนล่าสุด |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |   |
| ต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง  | 6<br>31.6%        | 7<br>36.8%   | 3<br>15.8%                 | 0<br>0%            | 2<br>10.5%                            | 1<br>5.3%                      | 19<br>4.8%   | p = .066<br>$\chi^2 = 30.250$<br>df = 20  |
| 101-300บาทต่อครั้ง   | 53<br>40.5%       | 26<br>19.8%  | 32<br>24.4%                | 4<br>3.1%          | 11<br>8.4%                            | 5<br>3.8%                      | 131<br>32.8% |   |
| 301-500บาทต่อครั้ง   | 58<br>41.1%       | 36<br>25.5%  | 16<br>11.3%                | 7<br>5.0%          | 23<br>16.3%                           | 1<br>.7%                       | 141<br>35.3% |   |
| 501-1,000บาทต่อครั้ง   | 29<br>36.3%       | 19<br>23.8%  | 19<br>23.8%                | 5<br>6.3%          | 7<br>8.8%                             | 1<br>1.3%                      | 80<br>20.0%  |   |
| มากกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง  | 9<br>31.0%        | 5<br>17.2%   | 8<br>27.6%                 | 0<br>0%            | 4<br>13.8%                            | 3<br>10.3%                     | 29<br>7.3%   |   |
| การใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่ม เมื่ออ่านจบ                           |                   |              |                            |                    |                                       |                                |              |   |
| เก็บสะสม   | 69<br>38.5%       | 40<br>22.3%  | 43<br>24.0%                | 7<br>3.9%          | 17<br>9.5%                            | 3<br>1.7%                      | 179<br>44.8% | p = .000*<br>$\chi^2 = 65.654$<br>df = 30 |
| ให้คนใกล้ชิดยืมอ่าน  | 36<br>37.1%       | 15<br>21.7%  | 8<br>11.6%                 | 1<br>1.4%          | 7<br>10.1%                            | 2<br>2.9%                      | 69<br>17.3%  |   |

ตารางที่ 22 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม      | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                | รวม           | ค่าสถิติ |
|-------------------------------------|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|---------------|----------|
|                                     | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |               |          |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง                  | 2<br>28.6%        | 25<br>25.8%  | 17<br>17.5%                | 4<br>4.1%          | 13<br>13.4%                           | 2<br>2.1%                      | 97<br>24.3%   |          |
| นำไปบริจาค                          | 2<br>28.6%        | 1<br>14.3%   | 0<br>0%                    | 0<br>0%            | 3<br>42.9%                            | 1<br>14.3%                     | 7<br>1.8%     |          |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า           | 0<br>0%           | 0<br>0%      | 0<br>0%                    | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 1<br>100%                      | 1<br>.3%      |          |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย                  | 1<br>100%         | 0<br>0%      | 0<br>0%                    | 0<br>0%            | 0<br>0%                               | 0<br>0%                        | 1<br>.3%      |          |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง | 11<br>23.9%       | 12<br>26.1%  | 10<br>21.7%                | 4<br>8.7%          | 7<br>15.2%                            | 2<br>4.3%                      | 46<br>11.5%   |          |
| รวม                                 | 155<br>100.0%     | 93<br>100.0% | 78<br>100.0%               | 16<br>100.0%       | 47<br>100.0%                          | 11<br>100.0%                   | 400<br>100.0% |          |

#### 5.4.5 สถานภาพสมรสกับพฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านประเภทหนังสือเล่มที่นิยมซื้อมากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 77.477$ ,  $df = 24$ ) สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่มที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 35.514$ ,  $df = 12$ ) และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม ด้านราคาซื้อหนังสือเล่ม ต่อเล่มที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .008$ ,  $\chi^2 = 20.679$ ,  $df = 8$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมกรการซื้อหนังสือเล่ม                              | สถานภาพสมรส  |                          |  | รวม          | ค่าสถิติ                                  |
|---|--------------|--------------------------|--|--------------|---|
|   | โสด          | สมรส/<br>อยู่<br>ด้วยกัน | หม้าย/<br>อย่าร้าง/<br>แยกกัน<br>อยู่/เคยใช้<br>ชีวิตคู่ |              |   |
| ประเภทหนังสือเล่มที่นิยมซื้อมากที่สุด                     |              |                          |  |              |   |
| ความรู้ด้านการบริหาร/การจัดการ/<br>ธุรกิจ/การลงทุน        | 21<br>58.3%  | 15<br>41.7%              | 0<br>0%  | 36<br>9.0%   | p = .000*<br>$\chi^2 = 77.477$<br>df = 24 |
| คอมพิวเตอร์/เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์                         | 33<br>86.8%  | 4<br>10.5%               | 1<br>2.6%  | 38<br>9.5%   |   |
| จิตวิทยาและการพัฒนาตนเอง                                  | 28<br>68.3%  | 12<br>29.3%              | 1<br>2.4%  | 41<br>10.3%  |   |
| ภาษา  | 13<br>81.3%  | 3<br>18.8%               | 0<br>0%  | 16<br>4.0%   |   |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา/วัฒนธรรม/<br>สังคมศาสตร์/ประวัติศาสตร์ | 14<br>40.0%  | 20<br>57.1%              | 1<br>2.9%  | 35<br>8.8%   |   |
| สุขภาพ/ความงาม/อาหาร/การออก<br>กำลังกาย                   | 22<br>66.7%  | 8<br>24.2%               | 3<br>9.1%  | 33<br>8.3%   |   |
| ท่องเที่ยวและแผนที่                                       | 12<br>80.0%  | 3<br>20.0%               | 0<br>0%  | 15<br>3.8%   |   |
| บ้าน/การตกแต่ง  | 5<br>45.5%   | 6<br>54.5%               | 0<br>0%  | 11<br>2.8%   |   |
| ศิลปะ/ดนตรี   | 11<br>100.0% | 0<br>0%                  | 0<br>0%  | 11<br>2.8%   |   |
| วรรณกรรม/นิยาย/นิทาน/                                     | 108<br>86.4% | 17<br>13.6%              | 0<br>0%  | 125<br>31.3% |   |
| การ์ตูนเพื่อความบันเทิง                                   | 22<br>100.0% | 0<br>0%                  | 0<br>0%  | 22<br>5.5%   |   |

ตารางที่ 23 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม  | สถานภาพสมรส  |                          |  | รวม          | ค่าสถิติ                                  |
|--|--------------|--------------------------|--|--------------|---|
|  | โสด          | สมรส/<br>อยู่<br>ด้วยกัน | หม้าย/<br>อย่าร้าง/<br>แยกกัน<br>อยู่/เคยใช้<br>ชีวิตคู่ |              |   |
| ประวัติบุคคล/เบื้องหลัง/แฉ   | 4<br>57.1%   | 3<br>42.9%               | 0<br>0%  | 7<br>1.8%    |   |
| สัตว์เลื้อย และต้นไม้  | 6<br>60.0%   | 4<br>40.0%               | 0<br>0%  | 10<br>2.5%   |   |
| เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม                           |              |                          |  |              |   |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้  | 98<br>66.7%  | 46<br>31.3%              | 3<br>2.0%  | 147<br>36.8% | p = .000*<br>$\chi^2 = 35.514$<br>df = 12 |
| เพราะต้องการความบันเทิง  | 126<br>90.6% | 13<br>9.4%               | 0<br>0%  | 139<br>34.8% |   |
| เพราะต้องการพัฒนาตนเอง   | 64<br>67.4%  | 28<br>29.5%              | 3<br>3.2%  | 95<br>23.8%  |   |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ  | 2<br>40.0%   | 3<br>60.0%               | 0<br>0%  | 5<br>1.3%    |   |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย  | 6<br>75.0%   | 2<br>25.0%               | 0<br>0%  | 8<br>2.0%    |   |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญของกำนัล                             | 3<br>60.0%   | 2<br>40.0%               | 0<br>.0%   | 5<br>1.3%    |   |
| เพราะการประชาสัมพันธ์ในร้านหนังสือ                                 | 0<br>0%      | 1<br>100.0%              | 0<br>0%  | 1<br>.3%     |   |
| ซื้อหนังสือเล่ม จากสถานที่ใดเป็นประจำ                              |              |                          |  |              |   |
| ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า เช่น ซีเอ็ด อมรินทร์ B2S เป็นต้น | 183<br>73.5% | 64<br>25.7%              | 2<br>.8%   | 249<br>62.3% | p = .214<br>$\chi^2 = 20.149$<br>df = 16  |
| ร้านบู๊ตสโตร์ ในเครือ เซเว่น อีเลฟเว่น                             | 11<br>73.3%  | 3<br>20.0%               | 1<br>3.8%  | 15<br>3.8%   |   |

ตารางที่ 23 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรรมการซื้อหนังสือเล่ม                    | สถานภาพสมรส |                          |  | รวม           | ค่าสถิติ                                 |
|---|-------------|--------------------------|--|---------------|--|
|   | โสด         | สมรส/<br>อยู่<br>ด้วยกัน | หม้าย/อย่า<br>ร้าง/แยกกัน<br>อยู่/เคยใช้<br>ชีวิตคู่ |               |  |
| ร้านหนังสืออิสระใกล้บ้าน                          | 25<br>71.4% | 8<br>22.9%               | 35<br>8.8%   | 35<br>8.8%    |  |
| ร้าน/แผงหนังสือในสถานศึกษาทั้ง<br>ภาครัฐและเอกชน  | 12<br>75.0% | 4<br>25.0%               | 0<br>0%  | 16<br>4.0%    |  |
| ร้าน/แผงหนังสือในหน่วยงานต่าง ๆ<br>เช่น โรงพยาบาล | 3<br>75.0%  | 1<br>25.0%               | 0<br>0%  | 4<br>1.1%     |  |
| ร้านหนังสือในย่านการค้า เช่น<br>สยามสแควร์        | 14<br>82.4% | 3<br>17.6%               | 0<br>0%  | 17<br>4.3%    |  |
| แผงหนังสือทั่วไปริมถนน                            | 4<br>57.1%  | 2<br>28.6%               | 1<br>14.3%   | 7<br>1.8%     |  |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์                                  | 4<br>100.0% | 0<br>0%                  | 0<br>0%  | 4<br>1.8%     |  |
| ซื้อเฉพาะตามงานเทศกาลลดราคา<br>หนังสือ            | 43<br>81.1% | 0<br>0%                  | 0<br>0%  | 53<br>13.3%   |  |
| ความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม                       |             |                          |  |               |  |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป                          | 58<br>84.1% | 9<br>13.0%               | 2<br>2.9%  | 69<br>17.3%   | p = .124<br>$\chi^2 = 15.220$<br>df = 10 |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน                              | 78<br>78.0% | 22<br>22.0%              | 0<br>0%  | 100<br>100.0% |  |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน                                | 70<br>68.6% | 31<br>30.4%              | 1<br>1.0%  | 102<br>25.5%  |  |
| 2-3 ครั้ง ใน 1 เดือน                              | 72<br>73.5% | 25<br>25.5%              | 1<br>5.9%  | 98<br>24.5%   |  |
| 4-5 ครั้ง ใน 1 เดือน                              | 12<br>70.6% | 4<br>23.5%               | 1<br>7.1%  | 17<br>4.3%    |  |
| มากกว่า 6 ครั้ง ใน 1 เดือน                        | 9<br>64.3%  | 4<br>28.6%               | 6<br>1.5%  | 14<br>3.5%    |  |

ตารางที่ 23 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อขายหนังสือเล่ม                          | สถานภาพสมรส  |                      |  | รวม          | ค่าสถิติ                                 |
|--|--------------|----------------------|--|--------------|--|
|  | โสด          | สมรส/อยู่<br>ด้วยกัน | หม้าย/<br>อย่าร้าง/<br>แยกกัน<br>อยู่/เคยใช้<br>ชีวิตคู่ |              |  |
| การซื้อขายหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ในรอบ 1<br>เดือนล่าสุด  |              |                      |  |              |  |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง                                      | 195<br>76.5% | 55<br>21.6%          | 5<br>2.0%  | 255<br>63.8% | p = .600<br>$\chi^2 = 6.423$<br>df = 8   |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง                                      | 75<br>72.1%  | 28<br>26.9%          | 1<br>1.0%  | 104<br>26.0% |  |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง                                      | 14<br>63.6%  | 8<br>36.4%           | 0<br>0%  | 22<br>5.5%   |  |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง                                     | 6<br>100.0%  | 0<br>0%              | 0<br>0%  | 6<br>1.5%    |  |
| มากกว่า 10 เล่ม ต่อครั้ง                               | 9<br>69.2%   | 4<br>30.8%           | 0<br>0%  | 13<br>3.3%   |  |
| ราคาหนังสือเล่ม ต่อเล่ม ที่ซื้อในรอบ<br>1 เดือน ล่าสุด |              |                      |  |              |  |
| ต่ำกว่า 50 บาท ต่อเล่ม                                 | 10<br>76.9%  | 3<br>23.1%           | 0<br>0%  | 13<br>3.3%   | p = .008*<br>$\chi^2 = 20.679$<br>df = 8 |
| 51-100 บาท ต่อเล่ม                                     | 31<br>68.9%  | 10<br>22.2%          | 4<br>8.9%  | 45<br>11.3%  |  |
| 101-150 บาท ต่อเล่ม                                    | 68<br>81.0%  | 16<br>19.0%          | 0<br>0%  | 84<br>21.0%  |  |
| 151-200 บาท ต่อเล่ม                                    | 101<br>74.3% | 34<br>25.0%          | 1<br>.7%   | 136<br>34.0% |  |
| มากกว่า 200 บาท ต่อเล่ม                                | 89<br>73.0%  | 32<br>26.2%          | 1<br>.8%   | 122<br>30.5% |  |

ตารางที่ 23 (ต่อ)

| พฤติกรรมการซื้อขายหนังสือเล่ม                                     | สถานภาพสมรส  |                  |  | รวม          | ค่าสถิติ                                 |
|---|--------------|------------------|--|--------------|--|
|   | โสด          | สมรส/อยู่ด้วยกัน | หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่/เคยใช้ชีวิตคู่ |              |  |
| จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อหนังสือเล่มต่อครั้งในรอบ 1 เดือนล่าสุด |              |                  |  |              |  |
| ต่ำกว่า 100 บาท ต่อครั้ง  | 14<br>73.7%  | 4<br>21.1%       | 1<br>5.3%                                | 19<br>4.8%   | p = .377<br>$\chi^2 = 8.601$<br>df = 8   |
| 101-300 บาท ต่อครั้ง  | 105<br>80.2% | 23<br>17.6%      | 3<br>2.3%                                | 131<br>32.8% |  |
| 301-500 บาท ต่อครั้ง  | 102<br>72.3% | 38<br>27.0%      | 1<br>.7%                                 | 141<br>35.3% |  |
| 501-1,000 บาท ต่อครั้ง  | 59<br>73.8%  | 20<br>25.0%      | 1<br>1.3%                                | 80<br>20.0%  |  |
| มากกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง  | 19<br>65.5%  | 10<br>34.5%      | 0<br>0%                                  | 29<br>7.3%   |  |
| การใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่มเมื่ออ่านจบ                           |              |                  |  |              |  |
| เก็บสะสม  | 131<br>73.2% | 47<br>26.3%      | 1<br>.6%                                 | 179<br>44.8% | p = .209<br>$\chi^2 = 15.633$<br>df = 12 |
| ให้คนใกล้ชิดยืมอ่าน   | 53<br>76.8%  | 15<br>21.7%      | 1<br>1.4%                                | 69<br>17.3%  |  |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง  | 77<br>79.4%  | 17<br>17.5%      | 3<br>3.1%                                | 97<br>24.3%  |  |
| นำไปบริจาค  | 4<br>57.1%   | 2<br>28.6%       | 1<br>14.3%                               | 7<br>1.8%    |  |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า   | 1<br>.3%     | 0<br>0%          | 0<br>0%                                  | 1<br>.3%     |  |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย  | 1<br>.3%     | 0<br>0%          | 0<br>0%                                  | 1<br>.3%     |  |

ตารางที่ 23 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม           | สถานภาพสมรส   |                  |  | รวม           | ค่าสถิติ |
|-------------------------------------|---------------|------------------|--|---------------|----------|
|                                     | โสด           | สมรส/อยู่ด้วยกัน | หม้าย/อย่าร้าง/แยกกันอยู่/เคยใช้ชีวิตคู่ |               |          |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง | 32<br>69.6%   | 14<br>30.4%      | 0<br>0%                                  | 46<br>11.5%   |          |
| รวม                                 | 299<br>100.0% | 95<br>100%       | 6<br>100.0%                              | 400<br>100.0% |          |

#### 5.4.6 รายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุดที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 137.817$ ,  $df = 48$ ) รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .000$ ,  $\chi^2 = 66.470$ ,  $df = 24$ ) รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม ด้านความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $p = .023$ ,  $\chi^2 = 34.471$ ,  $df = 20$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                    | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                    |                     | รวม        | ค่าสถิติ                         |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|------------|----------------------------------|
|  | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000-20,000 บาท | 20,001-50,000 บาท | 50,001-100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |            |                                  |
| ประเภทหนังสือเล่ม ที่นิยมซื้อมากที่สุด       |                    |                   |                   |                    |                     |            |                                  |
| ความรู้ด้านการบริหาร/การจัดการธุรกิจการลงทุน | 6<br>16.7%         | 10<br>27.8%       | 16<br>44.4%       | 2<br>5.6%          | 2<br>5.6%           | 36<br>9.0% | $p = .000^*$<br>$\chi^2=137.817$ |

ตารางที่ 24 (ต่อ)



| พฤติกรรมกรซื้อ<br>หนังสือเล่ม                                  | รายได้ต่อเดือน           |                          |                          |                           |                           | รวม   | ค่าสถิติ |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|-------|----------|
|  | ต่ำกว่า<br>10,000<br>บาท | 10,000-<br>20,000<br>บาท | 20,001-<br>50,000<br>บาท | 50,001-<br>100,000<br>บาท | สูงกว่า<br>100,000<br>บาท |       |          |
| คอมพิวเตอร์/<br>เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์                          | 21                       | 7                        | 9                        | 1                         | 0                         | 38    | df = 48  |
| จิตวิทยาและ<br>การพัฒนาตนเอง                                   | 55.3%                    | 18.4%                    | 23.7%                    | 2.6%                      | 0%                        | 9.5%  |          |
| ภาษา   | 15                       | 12                       | 13                       | 1                         | 0                         | 41    |          |
| ศาสนา/ธรรมะ/ปรัชญา/<br>วัฒนธรรม/สังคมศาสตร์/<br>ประวัติศาสตร์  | 36.6%                    | 29.3%                    | 31.7%                    | 2.4%                      | 0%                        | 10.3% |          |
| สุขภาพ/ความงาม/<br>อาหาร/การออกกำลังกาย<br>ท่องเที่ยวและแผนที่ | 7                        | 6                        | 3                        | 0                         | 0                         | 16    |          |
| บ้าน/การตกแต่ง   | 43.8%                    | 37.5%                    | 18.8%                    | 0%                        | 0%                        | 4.0%  |          |
| ศิลปะ/ดนตรี  | 7                        | 7                        | 16                       | 4                         | 1                         | 35    |          |
| วรรณกรรม/นิยาย/<br>นิทาน/<br>การ์ตูนเพื่อความ<br>บันเทิง       | 20.0%                    | 20.0%                    | 45.7%                    | 11.4%                     | 2.9%                      | 8.8%  |          |
| ประวัติบุคคล/<br>เบื้องหลัง/แฉ<br>สัตว์เลี้ยง และต้นไม้        | 9                        | 11                       | 12                       | 1                         | 0                         | 33    |          |
|  | 27.3%                    | 33.3%                    | 36.4%                    | 3.0%                      | 0%                        | 8.3%  |          |
|  | 2                        | 4                        | 9                        | 0                         | 0                         | 15    |          |
|  | 13.3%                    | 26.7%                    | 60.0%                    | 0%                        | 0%                        | 3.8%  |          |
|  | 1                        | 3                        | 4                        | 1                         | 2                         | 11    |          |
|  | 9.1%                     | 27.3%                    | 36.4%                    | 9.1%                      | 18.2%                     | 2.8%  |          |
|  | 7                        | 4                        | 0                        | 0                         | 0                         | 11    |          |
|  | 63.6%                    | 36.4%                    | 0%                       | 0%                        | 0%                        | 2.8%  |          |
|  | 62                       | 35                       | 26                       | 2                         | 0                         | 125   |          |
|  | 49.6%                    | 28.0%                    | 20.8%                    | 1.6%                      | 0%                        | 31.3% |          |
|  | 17                       | 4                        | 1                        | 0                         | 0                         | 22    |          |
|  | 77.3%                    | 18.2%                    | 4.5%                     | 0%                        | 0%                        | 5.5%  |          |
|  | 1                        | 1                        | 4                        | 1                         | 0                         | 7     |          |
|  | 14.3%                    | 14.3%                    | 57.1%                    | 14.3%                     | 0%                        | 1.8%  |          |
|  | 0                        | 10                       | 0                        | 0                         | 0                         | 10    |          |
|  | 0%                       | 100.0%                   | 0%                       | 0%                        | 0%                        | 2.5%  |          |

ตารางที่ 24 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม   | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                    |                     | รวม          | ค่าสถิติ                                  |  |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------|---|--|
|   | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000-20,000 บาท | 20,001-50,000 บาท | 50,001-100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |              |   |  |
| เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการซื้อหนังสือเล่ม                          |                    |                   |                   |                    |                     |              |   |  |
| เพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้                                       | 39<br>26.5%        | 51<br>34.7%       | 49<br>33.3%       | 7<br>4.8%          | 1<br>.7%            | 147<br>36.8% | p = .000*<br>$\chi^2 = 66.470$<br>df = 24 |  |
| เพราะต้องการความบันเทิง   | 77<br>55.4%        | 38<br>27.3%       | 23<br>16.5%       | 1<br>.7%           | 0<br>0%             | 139<br>34.8% |   |  |
| เพราะต้องการพัฒนาตนเอง  | 36<br>37.9%        | 22<br>23.2%       | 30<br>31.6%       | 4<br>4.2%          | 3<br>3.2%           | 95<br>23.8%  |   |  |
| เพราะคนใกล้ชิดแนะนำ   | 0<br>0%            | 0<br>0%           | 4<br>80.0%        | 0<br>0%            | 1<br>20.0%          | 5<br>1.3%    |   |  |
| เพราะต้องการเป็นคนทันสมัย   | 1<br>12.5%         | 2<br>25.0%        | 4<br>50.0%        | 1<br>12.5%         | 0<br>0%             | 8<br>2.0%    |   |  |
| เพราะต้องการซื้อให้เป็นของขวัญ/ของกำนัล                           | 2<br>40.0%         | 1<br>20.0%        | 2<br>40.0%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 5<br>1.3%    |   |  |
| เพราะการประชาสัมพันธ์   | 0<br>0%            | 0<br>0%           | 1<br>100.0%       | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 1<br>.3%     |   |  |
| ซื้อหนังสือเล่ม จากสถานที่ใดเป็นประจำ                             |                    |                   |                   |                    |                     |              |   |  |
| ร้านหนังสือเครือข่ายในศูนย์การค้า เช่น ซีอีต อมรินทร์ B2S เป็นต้น | 96<br>38.6%        | 73<br>29.3%       | 70<br>28.1%       | 8<br>3.2%          | 2<br>.8%            | 249<br>62.3% |   | p = .829<br>$\chi^2 = 24.414$<br>df = 32 |
| ร้านบุ๊คสโม่ล ในเครือเซเว่น อีเลฟเว่น                             | 7<br>46.7%         | 3<br>20.0%        | 5<br>33.3%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 15<br>3.8%   |   |  |
| ร้านหนังสืออิสระ  | 9<br>25.7%         | 11<br>31.4%       | 13<br>37.1%       | 1<br>2.9%          | 1<br>2.9%           | 35<br>8.8%   |   |  |
| ใกล้บ้าน  |                    |                   |                   |                    |                     |              |   |  |
|   |                    |                   |                   |                    |                     |              |   |  |

ตารางที่ 24 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม                      | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                    |                     | รวม          | ค่าสถิติ                                  |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------|---|
|  | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000-20,000 บาท | 20,001-50,000 บาท | 50,001-100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |              |   |
| ร้าน/แผงหนังสือในสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน   | 6<br>37.5%         | 6<br>37.5%        | 2<br>12.5%        | 1<br>6.3%          | 1<br>6.3%           | 16<br>4.0%   |   |
| ร้าน/แผงหนังสือในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล | 2<br>50.0%         | 1<br>25.0%        | 1<br>25.0%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 4<br>1.0%    |   |
| ร้านหนังสือในย่านการค้า เช่น สยามสแควร์        | 9<br>52.9%         | 4<br>23.5%        | 2<br>11.8%        | 1<br>5.9%          | 1<br>5.9%           | 17<br>4.3%   |   |
| แผงหนังสือทั่วไป                               | 3                  | 1                 | 3                 | 0                  | 0                   | 7            |   |
| ริมถนน   | 42.9%              | 14.3%             | 42.9%             | 0%                 | 0%                  | 1.8%         |   |
| ซื้อผ่านเว็บไซต์                               | 0<br>0%            | 1<br>25.0%        | 3<br>75.0%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 4<br>1.0%    |   |
| ซื้อเฉพาะตามงานเทศกาลลดราคาหนังสือ             | 23<br>43.4%        | 14<br>26.4%       | 14<br>26.4%       | 2<br>3.8%          | 0<br>0%             | 53<br>13.3%  |   |
| ความถี่ในการซื้อหนังสือเล่ม                    |                    |                   |                   |                    |                     |              |   |
| 1 ครั้ง ใน 4 เดือนขึ้นไป                       | 36<br>52.2%        | 17<br>24.6%       | 14<br>20.3%       | 1<br>1.4%          | 1<br>1.4%           | 69<br>17.3%  | p = .023*<br>$\chi^2 = 34.471$<br>df = 20 |
| 1 ครั้ง ใน 2-3 เดือน                           | 43<br>43.0%        | 27<br>27.0%       | 27<br>27.0%       | 3<br>3.0%          | 0<br>0%             | 100<br>25.0% |   |
| 1 ครั้ง ใน 1 เดือน                             | 29<br>28.4%        | 30<br>29.4%       | 34<br>33.3%       | 6<br>5.9%          | 3<br>2.9%           | 102<br>25.5% |   |
| 2-3 ครั้ง ใน 1 เดือน                           | 27<br>27.6%        | 36<br>36.7%       | 32<br>32.7%       | 2<br>2.0%          | 1<br>1.0%           | 98<br>24.5%  |   |
| 4-5 ครั้ง ใน 1 เดือน                           | 12<br>70.6%        | 3<br>17.6%        | 2<br>11.8%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 17<br>4.3%   |   |
| มากกว่า 6 ครั้ง ใน 1 เดือน                     | 8<br>57.1%         | 1<br>7.1%         | 4<br>28.6%        | 1<br>7.1%          | 0<br>0%             | 14<br>3.5%   |   |

ตารางที่ 24 (ต่อ)

| พฤติกรรมกาซื้อหนังสือเล่ม                           | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                    |                     | รวม          | ค่าสถิติ                                 |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------|--|
|   | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000-20,000 บาท | 20,001-50,000 บาท | 50,001-100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |              |  |
| การซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ในรอบ 1 เดือน ล่าสุด    |                    |                   |                   |                    |                     |              |  |
| 1-2 เล่ม ต่อครั้ง                                   | 94<br>36.9%        | 72<br>28.2%       | 76<br>29.8%       | 9<br>3.5%          | 4<br>1.6%           | 255<br>63.8% | p = .902<br>$\chi^2 = 9.264$<br>df = 16  |
| 3-4 เล่ม ต่อครั้ง                                   | 41<br>39.4%        | 31<br>29.8%       | 28<br>26.9%       | 3<br>2.9%          | 1<br>1.0%           | 104<br>26.0% |  |
| 5-6 เล่ม ต่อครั้ง                                   | 10<br>45.5%        | 5<br>22.7%        | 6<br>27.3%        | 1<br>4.5%          | 0<br>0%             | 22<br>5.5%   |  |
| 7-10 เล่ม ต่อครั้ง                                  | 4<br>66.7%         | 0<br>0%           | 2<br>33.3%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 6<br>1.5%    |  |
| มากกว่า 10 เล่ม ต่อครั้ง                            | 6<br>46.2%         | 6<br>46.2%        | 1<br>7.7%         | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 13<br>3.3%   |  |
| ราคาหนังสือเล่ม ต่อเล่ม ที่ซื้อในรอบ 1 เดือน ล่าสุด |                    |                   |                   |                    |                     |              |  |
| ต่ำกว่า 50 บาท ต่อเล่ม                              | 7<br>53.8%         | 4<br>30.8%        | 1<br>7.7%         | 1<br>7.7%          | 0<br>0%             | 13<br>3.3%   | p = .612<br>$\chi^2 = 13.823$<br>df = 16 |
| 51-100 บาทต่อเล่ม                                   | 22<br>48.9%        | 9<br>20.0%        | 12<br>26.7%       | 1<br>2.2%          | 1<br>2.2%           | 45<br>11.3%  |  |
| 101-150 บาทต่อเล่ม                                  | 35<br>41.7%        | 27<br>32.1%       | 19<br>22.6%       | 2<br>2.4%          | 1<br>1.2%           | 84<br>21.0%  |  |
| 151-200 บาทต่อเล่ม                                  | 53<br>39.0%        | 40<br>29.4%       | 36<br>26.5%       | 5<br>3.7%          | 2<br>1.5%           | 136<br>34.0% |  |
| มากกว่า 200 บาท ต่อเล่ม                             | 38<br>31.1%        | 34<br>27.9%       | 45<br>36.9%       | 4<br>3.3%          | 1<br>.8%            | 122<br>30.5% |  |

ตารางที่ 24 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม   | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                    |                     | รวม          | ค่าสถิติ                                 |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|--------------|--|
|   | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000-20,000 บาท | 20,001-50,000 บาท | 50,001-100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |              |  |
| จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อหนังสือเล่ม ต่อครั้ง ในรอบ 1 เดือนล่าสุด |                    |                   |                   |                    |                     |              |  |
| ต่ำกว่า 100 บาท ต่อครั้ง  | 9<br>47.4%         | 3<br>15.8%        | 7<br>36.8%        | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 19<br>4.8%   | p = .500<br>$\chi^2 = 15.344$<br>df = 16 |
| 101-300 บาท ต่อครั้ง  | 57<br>43.5%        | 39<br>29.8%       | 33<br>25.2%       | 1<br>.8%           | 1<br>.8%            | 131<br>32.8% |  |
| 301- 500 บาท ต่อครั้ง   | 52<br>36.9%        | 42<br>29.8%       | 36<br>25.5%       | 9<br>6.4%          | 2<br>1.4%           | 141<br>35.3% |  |
| 501-1,000 บาท ต่อครั้ง  | 28<br>35.0%        | 23<br>28.8%       | 26<br>32.5%       | 2<br>2.5%          | 1<br>1.3%           | 80<br>20.0%  |  |
| มากกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง  | 9<br>31.0%         | 7<br>24.1%        | 11<br>37.9%       | 1<br>3.4%          | 1<br>3.4%           | 29<br>7.3%   |  |
| การใช้ประโยชน์จากหนังสือเล่ม เมื่ออ่านจบ                            |                    |                   |                   |                    |                     |              |  |
| เก็บสะสม  | 73<br>40.8%        | 53<br>29.6%       | 45<br>25.1%       | 6<br>3.4%          | 2<br>1.1%           | 179<br>44.8% | p = .449<br>$\chi^2 = 24.219$<br>df = 24 |
| ให้คนใกล้ชิดยืมอ่าน   | 28<br>40.6%        | 19<br>27.5%       | 18<br>26.1%       | 3<br>4.3%          | 1<br>1.4%           | 69<br>17.3%  |  |
| อ่านซ้ำใหม่วันหลัง  | 39<br>40.2%        | 28<br>28.9%       | 28<br>28.9%       | 2<br>2.1%          | 0<br>0%             | 97<br>24.3%  |  |
| นำไปบริจาค  | 3<br>42.9%         | 1<br>14.3%        | 2<br>28.6%        | 0<br>0%            | 1<br>14.3%          | 7<br>1.8%    |  |
| นำไปขายต่อเป็นหนังสือเก่า   | 1<br>100.0%        | 0<br>0%           | 0<br>0%           | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 1<br>.3%     |  |
| ทิ้งหรือซังกิโยขาย  | 1<br>21.7%         | 0<br>0%           | 0<br>0%           | 0<br>0%            | 0<br>0%             | 1<br>.3%     |  |

ตารางที่ 24 (ต่อ)

| พฤติกรรมกรซื้อหนังสือเล่ม           | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                    |                     | รวม           | ค่าสถิติ |
|-------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------|
|                                     | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000-20,000 บาท | 20,001-50,000 บาท | 50,001-100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |               |          |
| เก็บไว้ให้คนในครอบครัวอ่านในภายหลัง | 10<br>21.7%        | 13<br>28.3%       | 20<br>43.5%       | 2<br>4.3%          | 1<br>2.2%           | 46<br>11.5%   |          |
| รวม                                 | 155<br>100.0%      | 114<br>100.0%     | 113<br>100.0%     | 13<br>100.0%       | 5<br>100.0%         | 400<br>100.0% |          |

## 5.5 การเปรียบเทียบกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

### 5.5.1 การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามเพศ

เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มภาพรวมไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $t = -.858, p = .391$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ต่างกัน รายละเอียดดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือ

### เล่ม จำแนกตามเพศ

| สิ่งกระตุ้นทางการตลาด     | ชาย (n = 142) |      | หญิง (n = 258) |      | t-value | P    |
|---------------------------|---------------|------|----------------|------|---------|------|
|                           | $\bar{x}$     | S.D. | $\bar{x}$      | S.D. |         |      |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.40          | .49  | 3.44           | .50  | - .713  | .476 |
| 2. ด้านราคา               | 3.39          | .62  | 3.43           | .63  | - .604  | .546 |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | 3.50          | .60  | 3.44           | .65  | - .985  | .325 |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.35          | .59  | 3.43           | .57  | -1.451  | .147 |
| รวม                       | 3.39          | .45  | 3.44           | .47  | - .858  | .391 |

#### 5.5.2 การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ

เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ ปรากฏผลในตารางที่ 26 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ภาพรวมต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 2.586, p = .026$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ด้านผลิตภัณฑ์ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 2.767, p = .018$ ) และด้านราคาต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 2.734, p = .019$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 27

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

หนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ

| สิ่งกระตุ้นทาง<br>ด้านการตลาด | ต่ำกว่า20 ปี<br>(n = 75) |      | 20-30 ปี<br>(n = 187) |      | 31-40 ปี<br>(n = 70) |      | 41-50 ปี<br>(n = 38) |      | 51-60 ปี<br>(n = 24) |      | มากกว่า60<br>ปี<br>(n = 6) |      |
|-------------------------------|--------------------------|------|-----------------------|------|----------------------|------|----------------------|------|----------------------|------|----------------------------|------|
|                               | $\bar{x}$                | S.D. | $\bar{x}$             | S.D. | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$            | S.D. | $\bar{x}$                  | S.D. |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์              | 3.30                     | .51  | 3.40                  | .47  | 3.58                 | .48  | 3.52                 | .60  | 3.37                 | .47  | 3.50                       | .26  |
| 2. ด้านราคา                   | 3.29                     | .72  | 3.40                  | .57  | 3.63                 | .57  | 3.44                 | .72  | 3.26                 | .70  | 3.58                       | .51  |
| 3. ด้านการจัด<br>จำหน่าย      | 3.36                     | .64  | 3.44                  | .59  | 3.61                 | .57  | 3.53                 | .77  | 3.39                 | .86  | 3.65                       | .50  |
| 4. ด้านการ<br>ส่งเสริมการตลาด | 3.42                     | .60  | 3.36                  | .54  | 3.48                 | .55  | 3.56                 | .72  | 3.25                 | .60  | 3.17                       | .53  |
| รวม                           | 3.35                     | .47  | 3.40                  | .43  | 3.56                 | .44  | 3.52                 | .62  | 3.29                 | .42  | 3.44                       | .29  |



ตารางที่ 27 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุ

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | p     |
|---------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ระหว่างกลุ่ม     | 3.308   | 5   | .662  | 2.767 | .018* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 93.957  | 393 | .239  |       |       |
|                           | รวม              | 97.265  | 398 |       |       |       |
| 2. ด้านราคา               | ระหว่างกลุ่ม     | 5.293   | 5   | 1.059 | 2.734 | .019* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 152.584 | 394 | .387  |       |       |
|                           | รวม              | 157.878 | 399 |       |       |       |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | ระหว่างกลุ่ม     | 3.008   | 5   | .602  | 1.501 | .189  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 157.527 | 393 | .401  |       |       |
|                           | รวม              | 160.535 | 398 |       |       |       |
| 4. ด้านส่งเสริมการตลาด    | ระหว่างกลุ่ม     | 2.517   | 5   | .503  | 1.526 | .181  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 129.993 | 394 | .330  |       |       |
|                           | รวม              | 132.510 | 399 |       |       |       |
| รวม                       | ระหว่างกลุ่ม     | 2.710   | 5   | .542  | 2.586 | .026* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 82.152  | 392 | .210  |       |       |
|                           | รวม              | 84.862  | 397 |       |       |       |

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม กับอายุของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดทุกด้านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี ( $\bar{x} = 3.56$ ) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51-60 ปี ( $\bar{x} = 3.29$ ) ส่วนสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และพิจารณาสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปีมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม สูงกว่าทุกกลุ่ม รายละเอียดดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ  
การตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

| สิ่งกระตุ้นทาง<br>ด้านการตลาด | อายุ          | $\bar{x}$ | อายุ             |          |          |          |          |               |
|-------------------------------|---------------|-----------|------------------|----------|----------|----------|----------|---------------|
|                               |               |           | ต่ำกว่า<br>20 ปี | 20-30 ปี | 31-40 ปี | 41-50 ปี | 51-60 ปี | มากกว่า 60 ปี |
| 1. ด้าน<br>ผลิตภัณฑ์          | ต่ำกว่า 20 ปี | 3.30      |                  | .1004    | .2757*   | .2190    | .0712    | .1982         |
|                               | 20-30 ปี      | 3.40      | -.1004           |          | .1752    | .1186    | -.0292   | .0978         |
|                               | 31-40 ปี      | 3.58      | -.2757*          | -.1752   |          | -        | -.2044   | -.0774        |
|                               | 41-50 ปี      | 3.52      | -.2190           | -.1186   | .0567    |          | -.1478   | -.0208        |
|                               | 51-60 ปี      | 3.37      | -.0712           | -.0292   | .2044    | .1478    |          | .1270         |
|                               | มากกว่า 60 ปี | 3.50      | -.1982           | -.0978   | .0774    | .0208    | -.1270   |               |
| 3. ด้านราคา                   | ต่ำกว่า 20 ปี | 3.29      |                  | .1154    | .3438    | .1557    | -.0279   | .2950         |
|                               | 20-30 ปี      | 3.40      | -.1154           |          | .2284    | .0403    | -.1433   | .1796         |
|                               | 31-40 ปี      | 3.63      | -.3458           | -.2284   |          | -        | -.3717   | -.0488        |
|                               | 41-50 ปี      | 3.44      | -.1557           | -.0403   | .1881    |          | -.1837   | .1393         |
|                               | 51-60 ปี      | 3.26      | .0279            | .1433    | .3717    | .1837    |          | .3229         |
|                               | มากกว่า 60 ปี | 3.58      | -.2950           | -.1796   | .0488    | -        | -.3229   |               |
| รวม                           | ต่ำกว่า 20 ปี | 3.34      |                  | .0511    | .2158    | .1768    | -.0570   | .0919         |
|                               | 20-30 ปี      | 3.40      | -.0511           |          | .1647    | .1257    | -.1081   | .0408         |
|                               | 31-40 ปี      | 3.56      | -.2158           | -.1647   |          |          | -.2727   | -.1239        |
|                               | 41-50 ปี      | 3.52      | -.1768           | -.1257   | .0390    | -        | -.2338   | -.0849        |
|                               | 51-60 ปี      | 3.29      | .0570            | .1081    | .2727    | .2338    |          | .1488         |
|                               | มากกว่า 60 ปี | 3.44      | -.0919           | -.0408   | .1239    | .0849    | -.1488   |               |

### 5.5.3 การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา

เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏผลในตารางที่ 29 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ภาพรวมไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 1.330, p = .159$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ต่างกันมีสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดในการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ด้านผลิตภัณฑ์ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 2.976, p = .019$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 30

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | ประถมศึกษา/มัธยมตอนต้น<br>(n = 25) |      | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.<br>(n = 49) |      | อนุปริญญา/ปวส.<br>(n = 15) |      | ปริญญาตรี<br>(n = 255) |      | สูงกว่าปริญญาตรี<br>(n = 56) |      |
|---------------------------|------------------------------------|------|------------------------------------|------|----------------------------|------|------------------------|------|------------------------------|------|
|                           | $\bar{x}$                          | S.D. | $\bar{x}$                          | S.D. | $\bar{x}$                  | S.D. | $\bar{x}$              | S.D. | $\bar{x}$                    | S.D. |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.43                               | .49  | 3.24                               | .48  | 3.47                       | .68  | 3.43                   | .49  | 3.57                         | .41  |
| 2. ด้านราคา               | 3.26                               | .87  | 3.32                               | .66  | 3.57                       | .69  | 3.41                   | .61  | 3.59                         | .54  |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | 3.44                               | .63  | 3.36                               | .71  | 3.68                       | .68  | 3.44                   | .63  | 3.59                         | .57  |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.53                               | .61  | 3.32                               | .60  | 3.47                       | .78  | 3.41                   | .55  | 3.38                         | .61  |
| รวม                       | 3.43                               | .42  | 3.30                               | .49  | 3.52                       | .65  | 3.42                   | .45  | 3.52                         | .43  |

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษา

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS   | F     | p     |
|---------------------------|------------------|---------|-----|------|-------|-------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ระหว่างกลุ่ม     | 2.853   | 4   | .713 | 2.976 | .019* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 94.412  | 394 | .240 |       |       |
|                           | รวม              | 97.265  | 398 |      |       |       |
| 2. ด้านราคา               | ระหว่างกลุ่ม     | 3.146   | 4   | .786 | 2.008 | .093  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 154.732 | 395 | .392 |       |       |
|                           | รวม              | 157.878 | 399 |      |       |       |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | ระหว่างกลุ่ม     | 2.149   | 4   | .537 | 1.337 | .256  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 158.385 | 394 | .402 |       |       |
|                           | รวม              | 160.535 | 398 |      |       |       |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | ระหว่างกลุ่ม     | .809    | 4   | .202 | .606  | .658  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 131.701 | 395 | .333 |       |       |
|                           | รวม              | 132.510 | 399 |      |       |       |
| รวม                       | ระหว่างกลุ่ม     | 1.410   | 4   | .352 | 1.660 | .159  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 83.452  | 393 | .212 |       |       |
|                           | รวม              | 84.862  | 397 |      |       |       |

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม กับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. รายละเอียดดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | ระดับการศึกษา               | $\bar{x}$ | ระดับการศึกษา               |                        |                |           |                  |
|---------------------------|-----------------------------|-----------|-----------------------------|------------------------|----------------|-----------|------------------|
|                           |                             |           | ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | อนุปริญญา/ปวส. | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น | 3.43      |                             | -.1931                 | .0421          | -.0049    | .1342            |
|                           | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.      | 3.24      | .1931                       |                        | .2352          | .1882     | .3273*           |
|                           | อนุปริญญา/ปวส.              | 3.47      | -.0421                      | -.2352                 |                | -.0470    | .0921            |
|                           | ปริญญาตรี                   | 3.43      | .0049                       | -.1882                 | .0470          |           | .0921            |
|                           | สูงกว่าปริญญาตรี            | 3.57      | -.1342                      | -.3273*                | -.0921         | -.1391    |                  |

#### 5.5.4 การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ

การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ ปรากฏผลในตารางที่ 32 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ภาพรวมต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 3.403, p = .005$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดในการเลือกตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ด้านราคาต่างกันในระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 3.070, p = .010$ ) และด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกันในระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 3.969, p = .002$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 33

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | นักเรียน/นักศึกษา<br>(n = 155) |      | พนักงานเอกชน<br>(n = 93) |      | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ<br>(n = 78) |      | พนักงานรัฐวิสาหกิจ<br>(n = 16) |      | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ<br>(n = 47) |      | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน<br>(n = 11) |      |
|---------------------------|--------------------------------|------|--------------------------|------|--|------|--------------------------------|------|---|------|--|------|
|                           | $\bar{x}$                      | S.D. | $\bar{x}$                | S.D. | $\bar{x}$                              | S.D. | $\bar{x}$                      | S.D. | $\bar{x}$   | S.D. | $\bar{x}$                                  | S.D. |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.39                           | .54  | 3.40                     | .44  | 3.47                                   | .43  | 3.80                           | .39  | 3.39  | .53  | 3.38                                       | .53  |
| 2. ด้านราคา               | 3.40                           | .66  | 3.29                     | .61  | 3.50                                   | .56  | 3.88                           | .58  | 3.51  | .58  | 3.28                                       | .81  |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | 3.42                           | .64  | 3.38                     | .64  | 3.61                                   | .55  | 3.75                           | .57  | 3.40  | .70  | 3.40                                       | .76  |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.43                           | .59  | 3.22                     | .53  | 3.45                                   | .53  | 3.80                           | .52  | 3.47  | .60  | 3.39                                       | .62  |
| รวม                       | 3.41                           | .49  | 3.33                     | .43  | 3.48                                   | .39  | 3.80                           | .44  | 3.44  | .48  | 3.37                                       | .55  |

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพ

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | p     |
|---------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ระหว่างกลุ่ม     | 2.602   | 5   | .520  | 2.161 | .058  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 94.663  | 393 | .241  |       |       |
|                           | รวม              | 97.265  | 398 |       |       |       |
| 2. ด้านราคา               | ระหว่างกลุ่ม     | 5.920   | 5   | 1.184 | 3.070 | .010* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 151.958 | 394 | .386  |       |       |
|                           | รวม              | 157.878 | 399 |       |       |       |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | ระหว่างกลุ่ม     | 4.153   | 5   | .831  | 2.088 | .066  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 156.381 | 393 | .398  |       |       |
|                           | รวม              | 160.535 | 398 |       |       |       |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | ระหว่างกลุ่ม     | 6.354   | 5   | 1.271 | 3.969 | .002* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 126.155 | 394 | .320  |       |       |
|                           | รวม              | 132.510 | 399 |       |       |       |
| รวม                       | ระหว่างกลุ่ม     | 3.531   | 5   | .706  | 3.403 | .005* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 81.332  | 392 | .207  |       |       |
|                           | รวม              | 84.862  | 397 |       |       |       |

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม กับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ พบว่า สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ( $\bar{x} = 3.80$ ) มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานเอกชน ( $\bar{x} = 3.33$ ) ส่วนสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่มของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานเอกชน รายละเอียดดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | อาชีพ                                 | $\bar{x}$ | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
|                           |                                       |           | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |
| 1. ด้านราคา               | นักเรียน/นักศึกษา                     | 3.40      |                   |              |                            |                    |                                       |                                |
|                           | พนักงานเอกชน                          | 3.29      | .0143             | -.1043       | .0992                      | .4790              | .1094                                 | -.1119                         |
|                           | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ            | 3.50      | -.0992            | -.0235       | .2035                      | .3798              | .0101                                 | -.2111                         |
|                           | พนักงานรัฐวิสาหกิจ                    | 3.88      | -.4790            | -.5833*      | -.3798                     |                    | -.3697                                | -.5909                         |
|                           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | 3.51      | -.1094            | -.2137       | -.0101                     | .3697              |                                       | -.2212                         |
|                           | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน        | 3.28      | .1119             | .0076        | .2111                      | .5909              | .2212                                 |                                |
|                           |                                       |           |                   |              |                            |                    |                                       |                                |
| 2. ด้านการส่งเสริมการตลาด | นักเรียน/นักศึกษา                     | 3.43      |                   |              |                            |                    |                                       |                                |
|                           | พนักงานเอกชน                          | 3.22      | .2093             | -.2093       | .0255                      | .3825              | .0465                                 | -.0379                         |
|                           | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ            | 3.45      | -.0255            | -.2348       | .2348                      | .5918*             | .2559                                 | .1714                          |
|                           | พนักงานรัฐวิสาหกิจ                    | 3.81      | -.3825            | -.5918*      | -.3571                     | .3571              | .2011                                 | -.0634                         |
|                           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | 3.47      | -.0465            | -.2559       | -.0211                     | .3360              |                                       | -.0845                         |
|                           | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน        | 3.38      | .0379             | -.1714       | .0634                      | .4205              | .0845                                 |                                |
|                           |                                       |           |                   |              |                            |                    |                                       |                                |



ตารางที่ 34 (ต่อ)

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | อาชีพ                                 | $\bar{x}$ | อาชีพ             |              |                            |                    |                                       |                                |
|---------------------------|---------------------------------------|-----------|-------------------|--------------|----------------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
|                           |                                       |           | นักเรียน/นักศึกษา | พนักงานเอกชน | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ | พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน |
| รวม                       | นักเรียน/นักศึกษา                     | 3.41      |                   | -.0813       | .0737                      | .3971              | .0287                                 | -.0388                         |
|                           | พนักงานเอกชน                          | 3.33      | .0813             |              | .1550                      | .4785*             | .1101                                 | .0426                          |
|                           | รับราชการ/ลูกจ้างของราชการ            | 3.48      | -.0737            | -.1550       |                            | .3234              | -.0450                                | -.1125                         |
|                           | พนักงานรัฐวิสาหกิจ                    | 3.81      | -.3971            | -.4785*      | -.3234                     |                    | -.3684                                | -.4359                         |
|                           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ | 3.44      | -.0287            | -.1101       | .0450                      | .3684              |                                       | -.0675                         |
|                           | เกษียณ/ว่างงาน/พ่อบ้าน/แม่บ้าน        | 3.37      | .0388             | -.0426       | .1125                      | .4359              | .0675                                 |                                |

#### 5.5.5 การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส

เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส ปราบกฎผลในตารางที่ 35 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ภาพรวมไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = .246, p = .782$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ทุกด้านไม่ต่างกัน รายละเอียดดังตารางที่ 36

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | โสด<br>(n = 299) |      | สมรส<br>(n = 95) |      | หม้าย/อย่าร้าง/<br>แยกกันอยู่/เคยใช้<br>ชีวิตคู่<br>(n = 6) |      |
|---------------------------|------------------|------|------------------|------|---|------|
|                           | $\bar{x}$        | S.D. | $\bar{x}$        | S.D. | $\bar{x}$   | S.D. |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.41             | .49  | 3.49             | .49  | 3.40  | .52  |
| 2. ด้านราคา               | 3.42             | .65  | 3.44             | .59  | 3.31  | .27  |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | 3.45             | .62  | 3.49             | .67  | 3.38  | .74  |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.41             | .58  | 3.36             | .54  | 3.83  | .55  |
| รวม                       | 3.41             | .46  | 3.44             | .46  | 3.51  | .45  |

ตารางที่ 36 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS   | F    | p    |
|---------------------------|------------------|---------|-----|------|------|------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ระหว่างกลุ่ม     | .477    | 2   | .238 | .975 | .378 |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 96.788  | 396 | .244 |      |      |
|                           | รวม              | 97.265  | 398 |      |      |      |
| 2. ด้านราคา               | ระหว่างกลุ่ม     | .110    | 2   | .055 | .139 | .871 |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 157.767 | 397 | .397 |      |      |
|                           | รวม              | 157.877 | 399 |      |      |      |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | ระหว่างกลุ่ม     | .180    | 2   | .090 | .223 | .801 |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 160.354 | 396 | .405 |      |      |
|                           | รวม              | 160.535 | 398 |      |      |      |

ตารางที่ 36 (ต่อ)

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS   | F     | p    |
|---------------------------|------------------|---------|-----|------|-------|------|
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | ระหว่างกลุ่ม     | 1.336   | 2   | .668 | 2.022 | .134 |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 131.174 | 397 | .330 |       |      |
|                           | รวม              | 132.510 | 399 |      |       |      |
| รวม                       | ระหว่างกลุ่ม     | .106    | 2   | .053 | .246  | .782 |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 84.756  | 395 | .215 |       |      |
|                           | รวม              | 84.862  | 397 |      |       |      |

#### 5.5.6 การเปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ปรากฏผลในตารางที่ 37 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ภาพรวมไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 2.234, p = .065$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดในการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ด้านผลิตภัณฑ์ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ( $F = 4.910, p = .001$ ) รายละเอียดดังตารางที่ 38

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | ต่ำกว่า 10,000 บาท (n = 155) |      | 10,000-20,000 บาท (n = 114) |      | 20,001-50,000 บาท (n = 113) |      | 50,001-100,000 บาท (n = 13) |      | สูงกว่า 100,000 บาท (n = 5) |      |
|---------------------------|------------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|
|                           | $\bar{x}$                    | S.D. | $\bar{x}$                   | S.D. | $\bar{x}$                   | S.D. | $\bar{x}$                   | S.D. | $\bar{x}$                   | S.D. |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.36                         | .50  | 3.42                        | .47  | 3.57                        | .48  | 3.15                        | .55  | 3.11                        | .26  |
| 2. ด้านราคา               | 3.39                         | .67  | 3.42                        | .60  | 3.49                        | .63  | 3.32                        | .53  | 3.15                        | .37  |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | 3.42                         | .64  | 3.47                        | .55  | 3.53                        | .67  | 3.25                        | .94  | 3.47                        | .82  |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.40                         | .57  | 3.38                        | .56  | 3.45                        | .58  | 3.36                        | .63  | 2.97                        | .69  |
| รวม                       | 3.38                         | .45  | 3.42                        | .45  | 3.51                        | .48  | 3.26                        | .54  | 3.13                        | .24  |

ตารางที่ 38 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | p     |
|---------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ระหว่างกลุ่ม     | 4.618   | 4   | 1.155 | 4.910 | .001* |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 92.646  | 394 | .235  |       |       |
|                           | รวม              | 97.265  | 398 |       |       |       |
| 2. ด้านราคา               | ระหว่างกลุ่ม     | 1.268   | 4   | .317  | .800  | .526  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 156.609 | 395 | .396  |       |       |
|                           | รวม              | 157.877 | 399 |       |       |       |
| 3. ด้านการจัดจำหน่าย      | ระหว่างกลุ่ม     | 1.341   | 4   | .335  | .830  | .507  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 159.193 | 394 | .404  |       |       |
|                           | รวม              | 160.535 | 398 |       |       |       |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | ระหว่างกลุ่ม     | 1.290   | 4   | .322  | .971  | .423  |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 131.220 | 395 | .332  |       |       |
|                           | รวม              | 132.510 | 399 |       |       |       |

ตารางที่ 38 (ต่อ)

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | แหล่งความแปรปรวน | SS     | df  | MS   | F     | p    |
|---------------------------|------------------|--------|-----|------|-------|------|
| รวม                       | ระหว่างกลุ่ม     | 1.887  | 4   | .472 | 2.234 | .065 |
|                           | ภายในกลุ่ม       | 82.975 | 393 | .211 |       |      |
|                           | รวม              | 84.862 | 397 |      |       |      |

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม กับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการ Scheffe' จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001- 50,000 บาท รายละเอียดดังตารางที่ 39

ตารางที่ 39 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือเล่ม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาด | รายได้             | $\bar{x}$ | รายได้             |                    |                     |                     |                     |
|---------------------------|--------------------|-----------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                           |                    |           | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 10,000- 20,000 บาท | 20,001 - 50,000 บาท | 50,001- 100,000 บาท | สูงกว่า 100,000 บาท |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 3.36      |                    | .0655              | .2159*              | -.2017              | -.2503              |
|                           | 10,000-20,000 บาท  | 3.42      | -.0655             |                    | .1504               | -.2672              | -.3158              |
|                           | 20,001 -50,000บาท  | 3.57      | -.2159*            | -.1504             |                     |                     | -.4662              |
|                           | 50,001-100,000 บาท | 3.15      | .2017              | .2672              | .4176               | -.4176              |                     |
|                           | สูงกว่า100,000 บาท | 3.11      | .2503              | .3158              | .4662               | .0486               | -.0486              |