

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ ค	
บทคัดย่อภาษาไทย ง	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ฉ	
สารบัญ ช	
สารบัญตาราง ฅ	
สารบัญภาพ ฆ	
บทที่ 1 บทนำ 1	
หลักการและเหตุผล 1	
วัตถุประสงค์ในการศึกษา 3	
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา 3	
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา 3	
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 5	5
ทฤษฎี แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา 5	5
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 12	12
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 15	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการศึกษา 16	16
ขอบเขตการศึกษา 16	16
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง 6	6
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล 17	17
การเก็บรวบรวมข้อมูล / เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล 17	17
การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล 18	18
สถานที่ทำการศึกษาและระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา 18	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา 19	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม 21	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือ 23	
ประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์	
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้านจำหน่าย 47	
หนังสือประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์	
ส่วนที่ 4 การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อ 71	71
ของผู้ตอบแบบสอบถามกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้านจำหน่าย	
หนังสือประเภทเฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่เฟรนไชส์	
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ	104
สรุปผลการศึกษา	104
อภิปรายผล	113
ข้อค้นพบ	118
ข้อเสนอแนะ	119
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก	123
แบบสอบถาม	124
ข้อมูลร้านค้า	133
ประวัติผู้เขียน	135

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

1	ภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าร้านจำหน่ายหนังสือ	23
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านจำหน่ายหนังสือที่เป็นสมาชิก	24
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านจำหน่ายหนังสือที่ให้บริการเป็นประจำ	24
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหนังสือ	25
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของหนังสือที่ซื้อเป็นประจำ	26
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าร้านจำหน่ายหนังสือ	27
8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่เข้าร้านจำหน่ายหนังสือ	27
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่เข้าร้านจำหน่ายหนังสือ	28
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนหนังสือที่ซื้อต่อเดือน	28
11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือต่อเดือน	29
12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	29
13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือประเภทแฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่แฟรนไชส์	30
	ตามเพศ	จำแนก

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือประเภทแฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่แฟรนไชส์	จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือประเภทแฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่แฟรนไชส์	จำแนกตามอาชีพ	
16	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาซื้อหนังสือในร้านจำหน่ายหนังสือประเภทแฟรนไชส์และประเภทไม่ใช่แฟรนไชส์	จำแนกตามร้านจำหน่ายหนังสือที่ใช้บริการเป็นประจำ	4
17	การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	4 7
18	การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านราคาของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	50
19	การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการจัดจำหน่ายของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	5 3
20	การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	56
21	การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านกระบวนการให้บริการของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	59

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

22 การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านบุคลากรผู้ให้บริการของร้านจำหน่าย หนังสือแต่ละประเภท	62
23 การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทาง กายภาพของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	5
24 การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ยรวม ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้านจำหน่ายหนังสือ แต่ละประเภท	68
25	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามเพศ	71
26	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามอายุ	7 5
27	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามระดับการศึกษา	79
28	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
29	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามอาชีพ	8 7
30	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามร้านจำหน่ายหนังสือที่ใช้บริการ เป็นประจำ	91
31	ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการตลาดของร้าน จำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท จำแนกตามความถี่ในการเข้าร้านจำหน่ายหนังสือ	97

สารบัญภาพ

ภาพ หน้า	
1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	49
2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน 5 ราคาของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	2
3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน การจัดจำหน่ายของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	55
4 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน การส่งเสริมการตลาดของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	5 8
5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน กระบวนการให้บริการของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	61
6 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้าน บุคลากรผู้ให้บริการของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	6 4
7 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการ สร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพของร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละ ประเภท	67
8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรวมของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ ร้านจำหน่ายหนังสือแต่ละประเภท	70