

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแปลความหมายดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – distribution
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – distribution
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ Tukey 's HSD test ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการหาความถี่และค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) เมื่อพบว่า ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Turkey

## การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยเสนอผลการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

**ตอนที่ 1** เสนอจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าในเขตคลองสาน จังหวัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

**ตอนที่ 2** เสนอค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้ใช้บริการ ในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

**ตอนที่ 3** เสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) เมื่อพบว่า ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Turkey

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตอนที่ 1** เสนอจำนวนร้อยละของผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าในเขตคลองสาน จังหวัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	167	43.49
หญิง	217	56.51
รวม	384	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 15 ปี	26	6.77
15 - 24 ปี	132	34.38
25 - 34 ปี	137	35.68
35 - 44 ปี	51	13.28
45 - 54 ปี	29	7.55
55 ปีขึ้นไป	9	2.34
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษา / ต่ำกว่า	37	9.64
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	34	8.85
อนุปริญญา	56	14.58
ปริญญาตรี	202	52.60
สูงกว่าปริญญาตรี	55	14.32
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	104	27.08
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	43	11.20
พนักงานบริษัทเอกชน	143	37.24
ธุรกิจส่วนตัว	67	17.45
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	16	4.17
อื่นๆ (อิสระ)	11	2.86
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้		
น้อยกว่า 5,000 บาท	75	19.53
5,001 - 10,000 บาท	88	22.92
10,001 - 15,000 บาท	97	25.26
15,001 - 20,000 บาท	55	14.32
มากกว่า 20,000 บาท	69	17.97
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน เมื่อแยกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.51 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.49 เมื่อแยกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.68 ส่วนน้อยมีอายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.34 เมื่อแยกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.60 มีส่วนน้อยที่จบมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 8.85 เมื่อแยกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.24 มีส่วนน้อยที่ทำอาชีพอื่นๆ คืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 2.86 เมื่อแยกตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.26 มีส่วนน้อยที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.32

**ตอนที่ 2** เสนอค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้ใช้บริการ ในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

รายการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1. มีประเภทหนังสือให้เลือกหลายประเภท	4.20	0.70	มาก
2. มีหนังสือออกใหม่ให้บริการอยู่เสมอ	4.20	0.67	มาก
3. มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์	4.14	0.74	มาก
4. หนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด	3.93	0.79	มาก
5. หนังสือมีครบชุดไม่ขาดหาย	3.93	0.87	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านราคา</b>			
1. อัตราค่าสมาชิกมีความเหมาะสม	4.05	0.77	มาก
2. อัตราค่าเช่าหนังสือมีความเหมาะสม	4.09	0.75	มาก
3. อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสม	3.82	0.84	มาก
4. อัตราค่าบริการส่งคืนช้าหรือช้ารวดเร็ว	3.77	0.86	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.93</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. ท่าเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน	3.65	1.10	มาก
2. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.05	0.82	มาก
3. ความสะอาดและความสะดวกสบายภายในร้าน	3.85	0.82	มาก
4. ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง	3.35	0.89	ปานกลาง
5. การจัดวางหนังสือเป็นหมวดหมู่หาง่าย	4.04	0.79	มาก
6. มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน	3.43	1.08	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.73</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน เช่น โบปลิว/แผ่นพับ	2.70	0.98	ปานกลาง
2. มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.39	1.06	ปานกลาง

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
3. มีการแจกของรางวัลในช่วงเทศกาล	3.07	1.06	ปานกลาง
4. มีค่าเช่าในอัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีการเช่าจำนวนมาก	3.41	1.09	ปานกลาง
5. มีการจัดรายการหนังสือราคาพิเศษเป็นระยะ ๆ	3.37	0.94	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.19</b>	<b>0.86</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>			
1. บุคลิกและหน้าตาของพนักงาน	3.07	0.99	ปานกลาง
2. การแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดเรียบร้อย	3.48	0.87	ปานกลาง
3. การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำได้	4.08	0.74	มาก
4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง	4.19	0.73	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
1. ให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ด	3.25	1.06	ปานกลาง
2. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.01	0.78	มาก
3. มีห้องน้ำไว้บริการ	2.83	1.07	ปานกลาง
4. มีที่นั่งไว้บริการ	3.00	1.07	ปานกลาง
5. มีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบ	3.80	0.89	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.74</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>3.66</b>	<b>0.48</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากเท่ากันทุกข้อ เรียงตามลำดับดังนี้ มีประเภทหนังสือให้เลือกหลายประเภท และมีหนังสือออกใหม่ให้บริการอยู่เสมอ ( $\bar{X} = 4.20$ ) มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์ ( $\bar{X} = 4.14$ ) หนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด และหนังสือมีครบชุดไม่ขาดหาย ( $\bar{X} = 3.93$ )

**ด้านราคา** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากเท่ากันทุกข้อ เรียงตามลำดับดังนี้ อัตราค่าเช่าหนังสือมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.09$ ) อัตราค่าสมาชิกมีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.05$ ) อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.82$ ) และอัตราค่าปรับกรณีส่งคืนช้าหรือชำรุดสูญหาย ( $\bar{X} = 3.77$ )

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) การจัดวางหนังสือเป็นหมวดหมู่หาง่ายอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) ความสะอาดและความสะดวกสบายภายในร้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) ท่าเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชนอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้านอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.43$ ) และความทันสมัยของร้านและการตกแต่งอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.35$ ) ตามลำดับ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับปานกลางเท่ากันทุกข้อ เรียงตามลำดับดังนี้ มีค่าเช่าในอัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีการเช่าจำนวนมาก ( $\bar{X} = 3.41$ ) มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก ( $\bar{X} = 3.39$ ) มีการจัดรายการหนังสือราคาพิเศษเป็นระยะๆ ( $\bar{X} = 3.37$ ) มีการแจกของรางวัลในช่วงเทศกาล ( $\bar{X} = 3.07$ ) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน เช่น โบปลิว/แผ่นพับ ( $\bar{X} = 2.70$ )

**ด้านบุคลากร** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพเป็นกันเองอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ ) การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำได้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) การแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดเรียบร้อยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.48$ ) และบุคลิกและหน้าตาของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.07$ ) ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการอยู่

ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) มีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ ) ให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.25$ ) มีที่นั่งไว้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.00$ ) และมีห้องน้ำไว้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.83$ ) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 เสนอผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) เมื่อพบว่า ระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Turkey

**สมมติฐานปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าของผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ 5 ข้อดังนี้**

**สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าแตกต่างกัน**

ตารางที่ 4.3 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า

รายการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. มีประเภทหนังสือให้เลือกหลายประเภท	4.263	0.687	4.147	0.705	1.616	0.107
2. มีหนังสือออกใหม่ให้บริการอยู่เสมอ	4.269	0.663	4.138	0.680	1.896	0.059
3. มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์	4.198	0.705	4.092	0.758	1.393	0.165
4. หนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด	3.952	0.767	3.908	0.806	0.545	0.586
5. หนังสือมีครบชุดไม่ขาดหาย	4.036	0.828	3.857	0.889	2.013	0.045*
<b>รวม</b>	<b>4.144</b>	<b>0.543</b>	<b>4.029</b>	<b>0.601</b>	<b>1.940</b>	<b>0.053</b>



ตารางที่ 4.3 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
<b>ด้านราคา</b>						
1. อัตราค่าสมาชิกมีความเหมาะสม	4.186	0.749	3.949	0.777	3.000	0.003*
2. อัตราค่าเช่าหนังสือมีความเหมาะสม	4.263	0.754	3.954	0.725	4.055	0.000*
3. อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสม	3.898	0.889	3.756	0.794	1.654	0.099
4. อัตราค่าบริการส่งคืนช้าหรือชำรุดสูญหาย	3.862	0.857	3.705	0.864	1.774	0.077
<b>รวม</b>	<b>4.052</b>	<b>0.704</b>	<b>3.841</b>	<b>0.658</b>	<b>3.025</b>	<b>0.003*</b>
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ</b>						
1. ทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน	3.557	1.062	3.714	1.123	-1.394	0.164
2. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.072	0.788	4.032	0.852	0.466	0.641
3. ความสะอาดและความสะดวกสบายภายในร้าน	3.928	0.818	3.783	0.813	1.724	0.085
4. ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง	3.353	0.851	3.350	0.921	0.033	0.973
5. การจัดวางหนังสือเป็นหมวดหมู่หาง่าย	4.150	0.804	3.954	0.762	2.436	0.015*
6. มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน	3.407	1.142	3.456	1.032	-0.441	0.660
<b>รวม</b>	<b>3.744</b>	<b>0.579</b>	<b>3.715</b>	<b>0.665</b>	<b>0.448</b>	<b>0.654</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้าน เช่น โบปลิว/แผ่นพับ	2.713	0.976	2.691	0.987	0.211	0.833
2. มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.437	1.062	3.359	1.063	0.710	0.478
3. มีการแจกของรางวัลในช่วงเทศกาล	3.246	1.111	2.935	0.993	2.837	0.005*
4. มีค่าเช่าในอัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีการเช่าจำนวนมาก	3.563	1.128	3.290	1.056	2.435	0.015*

ตารางที่ 4.3 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
5. มีการจัดรายการหนังสือราคาพิเศษเป็นระยะ ๆ	3.407	0.964	3.346	0.921	0.636	0.525
<b>รวม</b>	<b>3.273</b>	<b>0.872</b>	<b>3.124</b>	<b>0.840</b>	<b>1.690</b>	<b>0.092</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>						
1. บุคลิกและหน้าตาของพนักงาน	3.084	1.044	3.055	0.941	0.281	0.779
2. การแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดเรียบร้อย	3.605	0.864	3.378	0.858	2.561	0.011*
3. การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำได้	4.144	0.739	4.037	0.732	1.413	0.159
4. มีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพเป็นกันเอง	4.251	0.709	4.138	0.739	1.516	0.130
<b>รวม</b>	<b>3.771</b>	<b>0.593</b>	<b>3.652</b>	<b>0.621</b>	<b>1.897</b>	<b>0.059</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>						
1. ให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ด	3.293	1.008	3.217	1.103	0.702	0.483
2. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.042	0.763	3.986	0.790	0.695	0.487
3. มีห้องน้ำไว้บริการ	2.916	1.061	2.756	1.067	1.464	0.144
4. มีที่นั่งไว้บริการ	3.120	1.063	2.903	1.074	1.968	0.050
5. มีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบ	3.826	0.857	3.774	0.918	0.568	0.570
<b>รวม</b>	<b>3.440</b>	<b>0.715</b>	<b>3.327</b>	<b>0.749</b>	<b>1.486</b>	<b>0.138</b>

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อ หนังสือมีครบชุดไม่ขาดหายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านราคา** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้ออัตราค่าสมาชิกมีความเหมาะสม และหัวข้ออัตราค่าเช่าหนังสือมีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อ การจัดวางหนังสือเป็นหมวดหมู่หาง่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อ มีการแจกของรางวัลในช่วงเทศกาล และหัวข้อมีค่าเช่าในอัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีการเช่าจำนวนมาก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านบุคลากร** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อ การแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดเรียบร้อย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการให้บริการ** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมและในรายหัวข้อ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า

รายการ	ต่ำกว่า 15 ปี		15 - 24 ปี		25 - 34 ปี		35 - 44 ปี		45 - 54 ปี		55 ปีขึ้นไป		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>													
1. มีประเภทหนังสือให้เลือกหลายประเภท	4.08	0.74	4.19	0.68	4.23	0.75	4.22	0.64	4.14	0.64	4.22	0.67	0.280 (0.924)
2. มีหนังสือออกใหม่ให้บริการอยู่เสมอ	4.35	0.56	4.16	0.67	4.23	0.74	4.14	0.53	4.17	0.66	4.11	0.78	0.531 (0.753)
3. มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์	4.23	0.65	4.06	0.74	4.23	0.74	4.18	0.68	3.93	0.84	4.11	0.78	1.261 (0.280)
4. หนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด	3.85	0.78	3.92	0.71	3.99	0.87	3.88	0.68	3.83	0.93	4.00	0.87	0.347 (0.884)
5. หนังสือมีครบชุดไม่ขาดหาย	4.19	0.80	3.92	0.80	3.92	0.94	3.86	0.80	3.93	0.92	4.11	1.05	0.622 (0.683)
<b>รวม</b>	<b>4.14</b>	<b>0.50</b>	<b>4.05</b>	<b>0.54</b>	<b>4.12</b>	<b>0.62</b>	<b>4.05</b>	<b>0.53</b>	<b>4.00</b>	<b>0.66</b>	<b>4.11</b>	<b>0.67</b>	<b>0.392</b> <b>(0.854)</b>
<b>ด้านราคา</b>													
1. อัตราค่าสมาชิกมีความเหมาะสม	4.12	0.95	4.10	0.75	4.01	0.80	3.94	0.76	4.03	0.63	4.44	0.73	0.869 (0.502)
2. อัตราค่าเช่าหนังสือมีความเหมาะสม	4.23	0.76	4.15	0.76	4.02	0.75	3.94	0.76	4.14	0.69	4.44	0.73	1.411 (0.219)
3. อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสม	4.04	0.77	3.91	0.81	3.71	0.88	3.69	0.79	3.76	0.87	4.44	0.73	2.475 (0.032*)
<b>ด้านราคา (ต่อ)</b>													
4. อัตราค่าบริการส่งคืนช้าหรือชำรุดสูญหาย	4.12	0.99	3.83	0.77	3.70	0.91	3.65	0.84	3.72	0.92	4.00	0.87	1.479 (0.196)
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.70</b>	<b>4.00</b>	<b>0.65</b>	<b>3.86</b>	<b>0.71</b>	<b>3.80</b>	<b>0.70</b>	<b>3.91</b>	<b>0.65</b>	<b>4.33</b>	<b>0.66</b>	<b>1.933</b> <b>(0.088)</b>

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 15 ปี		15 - 24 ปี		25 - 34 ปี		35 - 44 ปี		45 - 54 ปี		55 ปีขึ้นไป		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ</b>													
1. ท่ารถที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน	3.19	1.39	3.79	1.08	3.61	1.11	3.78	0.90	3.62	0.82	2.67	1.32	3.028 (0.011*)
2. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	4.27	0.83	4.10	0.79	4.07	0.85	3.94	0.81	3.72	0.84	4.11	0.78	1.576 (0.166)
3. ความสะอาดและความสะดวกสบายภายในร้าน	4.08	0.89	3.91	0.77	3.83	0.85	3.67	0.84	3.66	0.81	4.11	0.60	1.589 (0.162)
4. ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง	3.73	1.15	3.38	0.82	3.36	0.92	3.20	0.78	3.17	0.89	3.22	1.09	1.565 (0.169)
5. การจัดวางหนังสือเป็นหมวดหมู่หาง่าย	4.23	0.86	4.02	0.73	4.04	0.79	4.02	0.76	3.79	0.94	4.56	0.73	1.690 (0.136)
6. มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน	3.69	1.26	3.58	0.97	3.43	1.10	3.29	0.99	3.00	1.10	2.78	1.64	2.632 (0.024*)
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.69</b>	<b>3.80</b>	<b>0.58</b>	<b>3.72</b>	<b>0.65</b>	<b>3.65</b>	<b>0.60</b>	<b>3.49</b>	<b>0.69</b>	<b>3.57</b>	<b>0.57</b>	<b>1.633</b> <b>(0.150)</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>													
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านเช่นโบปลิวนผ่านพับ	2.73	1.25	2.80	0.92	2.58	0.99	2.71	0.90	2.90	1.11	2.33	0.71	1.218 (0.300)
2. มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.31	1.29	3.45	1.05	3.28	1.07	3.49	1.03	3.59	0.87	3.44	1.24	0.706 (0.619)
3. มีการแจกของรางวัลในช่วงเทศกาล	3.19	1.23	3.12	1.03	2.99	1.01	3.04	1.08	3.10	1.18	3.33	1.22	0.431 (0.827)
4. มีค่าเช่าในอัตราพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีการเช่าจำนวนมาก	3.19	1.27	3.45	1.06	3.35	1.11	3.49	0.99	3.34	1.08	4.00	1.50	0.928 (0.463)

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน  
การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	ต่ำกว่า 15 ปี		15 - 24 ปี		25 - 34 ปี		35 - 44 ปี		45 - 54 ปี		55 ปีขึ้นไป		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
5.มีการจัดรายการหนังสือ ราคาพิเศษเป็นระยะ ๆ	3.35	1.13	3.42	0.89	3.25	0.95	3.41	0.83	3.55	0.99	3.78	1.20	1.131 (0.343)
<b>รวม</b>	<b>3.15</b>	<b>1.03</b>	<b>3.25</b>	<b>0.82</b>	<b>3.09</b>	<b>0.86</b>	<b>3.23</b>	<b>0.79</b>	<b>3.30</b>	<b>0.91</b>	<b>3.38</b>	<b>1.06</b>	<b>0.724</b> <b>(0.606)</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>													
1. บุคลิกและหน้าตาของ พนักงาน	2.81	1.17	3.30	0.88	3.05	1.04	3.10	0.83	2.55	0.95	2.11	0.78	5.468 (0.000*)
2. การแต่งกายที่ เหมาะสม สะอาด เรียบร้อย	3.50	0.95	3.60	0.84	3.41	0.93	3.45	0.70	3.17	0.85	3.78	0.83	1.648 (0.146)
3. การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถให้คำปรึกษา หรือแนะนำได้	4.27	0.72	4.05	0.73	4.09	0.75	4.02	0.68	4.10	0.82	4.33	0.71	0.689 (0.632)
<b>ด้านบุคลากร(ต่อ)</b>													
4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง	4.31	0.88	4.17	0.73	4.22	0.71	4.10	0.73	4.10	0.67	4.44	0.53	0.669 (0.647)
<b>รวม</b>	<b>3.72</b>	<b>0.69</b>	<b>3.78</b>	<b>0.63</b>	<b>3.69</b>	<b>0.63</b>	<b>3.67</b>	<b>0.52</b>	<b>3.48</b>	<b>0.53</b>	<b>3.67</b>	<b>0.48</b>	<b>1.215</b> <b>(0.301)</b>
<b>ด้านกระบวนการ ให้บริการ</b>													
1. ให้บริการด้วย อุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ด	3.00	1.39	3.36	1.07	3.30	1.07	3.08	0.87	3.14	0.99	2.89	0.93	1.191 (0.313)
2. ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ	3.96	0.92	4.11	0.75	3.98	0.77	3.86	0.72	4.00	0.93	4.11	0.60	0.863 (0.506)
3. มีห้องนั่งไ้บริการ	2.77	1.34	2.85	0.98	2.79	1.13	2.78	0.92	2.97	1.05	3.00	1.32	0.221 (0.953)
4. มีที่นั่งไว้บริการ	2.96	1.28	3.04	1.00	2.92	1.15	2.92	0.98	3.24	0.95	3.33	1.22	0.712 (0.615)
5. มีการแจ้งรายชื่อ หนังสือใหม่ให้ทราบ	4.08	1.09	3.89	0.86	3.77	0.86	3.51	0.86	3.55	0.95	4.44	0.53	3.346 (0.006*)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.94</b>	<b>3.45</b>	<b>0.66</b>	<b>3.35</b>	<b>0.79</b>	<b>3.23</b>	<b>0.61</b>	<b>3.38</b>	<b>0.80</b>	<b>3.56</b>	<b>0.58</b>	<b>0.790</b> <b>(0.557)</b>

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและในรายหัวข้อไม่แตกต่างกัน

**ด้านราคา** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสมไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ อัตราค่ามัดจำหนังสือที่เหมาะสม จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	4.038	-	0.129	0.330	0.352	0.280	-0.406
15 - 24 ปี	3.909		-	0.201	0.223	0.150	-0.535
25 - 34 ปี	3.708			-	0.022	-0.051	-0.736
35 - 44 ปี	3.686				-	-0.072	-0.758
45 - 54 ปี	3.759					-	-0.686
55 ปีขึ้นไป	4.444						-

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่าเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน และหัวข้อมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ 15 - 24 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ท่าเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชนมากกว่าผู้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ทำเลที่ตั้ง  
 ติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Tukey  
 (Tukey's HSD Test)

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	3.192	-	-0.596	-0.421	-0.592	-0.428	0.526
15 - 24 ปี	3.788		-	0.175	0.004	0.167	1.121(*) (0.034)
25 - 34 ปี	3.613			-	-0.171	-0.008	0.946
35 - 44 ปี	3.784				-	0.164	1.118
45 - 54 ปี	3.621					-	0.954
55 ปีขึ้นไป	2.667						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการ  
 ติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ  
 แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการติดตั้ง  
 เครื่องปรับอากาศภายในร้าน ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการ  
 ติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD  
 Test)

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	3.692	-	0.109	0.262	0.398	0.692	0.915
15 - 24 ปี	3.583		-	0.153	0.289	0.583	0.806
25 - 34 ปี	3.431			-	0.137	0.431	0.653
35 - 44 ปี	3.294				-	0.294	0.516
45 - 54 ปี	3.000					-	0.222
55 ปีขึ้นไป	2.778						-



**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมและในรายหัวข้อไม่แตกต่างกัน

**ด้านบุคลากร** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อบุคลิกและหน้าตาของพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ 15 - 24 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ บุคลิกและหน้าตาของพนักงาน มากกว่าผู้บริกรร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ 45 - 54 ปี และอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ บุคลิก และหน้าตาของพนักงาน จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	2.808	-	-0.495	-0.243	-0.290	0.256	0.697
15 - 24 ปี	3.303		-	0.252	0.205	0.751(*) (0.002)	1.192(*) (0.005)
25 - 34 ปี	3.051			-	-0.047	0.499	0.940
35 - 44 ปี	3.098				-	0.546	0.987
45 - 54 ปี	2.552					-	0.441
55 ปีขึ้นไป	2.111						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการให้บริการ** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อมีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ 35 - 44 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบน้อยกว่าผู้บริกรร้านหนังสือเช่าที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการแจ้งรายชื่อนักหนังสือใหม่ให้ทราบ จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 24 ปี	25 - 34 ปี	35 - 44 ปี	45 - 54 ปี	55 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	4.077		0.191	0.303	0.567	0.525	-0.368
15 - 24 ปี	3.886			0.113	0.377	0.335	-0.558
25 - 34 ปี	3.774				0.264	0.222	-0.671
35 - 44 ปี	3.510					-0.042	-0.935(*) (0.040)
45 - 54 ปี	3.552						-0.893
55 ปีขึ้นไป	4.444						

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า

รายการ	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์											
1. มีประเภทหนังสือให้เลือกหลายประเภท	4.11	0.74	4.24	0.55	4.09	0.69	4.25	0.69	4.15	0.78	0.900 (0.464)
2. มีหนังสือออกใหม่ให้บริการอยู่เสมอ	4.27	0.56	4.21	0.73	3.96	0.71	4.25	0.65	4.16	0.74	2.177 (0.071)
3. มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์	4.27	0.65	4.18	0.63	3.86	0.84	4.17	0.71	4.18	0.80	2.564 (0.038*)
4. หนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด	3.86	0.79	3.85	0.86	3.79	0.85	3.99	0.76	3.93	0.79	0.905 (0.461)

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า

รายการ	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
5. หนังสือมีครบชุด ไม่ขาดหาย	3.86	0.98	3.76	0.92	3.91	0.84	3.97	0.85	4.00	0.86	0.537 (0.709)
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.53</b>	<b>4.05</b>	<b>0.60</b>	<b>3.92</b>	<b>0.64</b>	<b>4.13</b>	<b>0.54</b>	<b>4.08</b>	<b>0.66</b>	<b>1.415</b> <b>(0.228)</b>
<b>ด้านราคา</b>											
1. อัตราค่าสมาชิกมี ความเหมาะสม	4.00	1.00	4.18	0.80	4.07	0.76	4.03	0.75	4.07	0.69	0.321 (0.864)
2. อัตราค่าเช่าหนังสือ มีความเหมาะสม	4.03	0.87	4.18	0.72	4.27	0.75	4.03	0.76	4.09	0.67	1.234 (0.296)
3. อัตราค่ามัดจำหนังสือ ที่เหมาะสม	3.81	0.88	3.97	0.80	4.02	0.82	3.75	0.86	3.78	0.76	1.467 (0.211)
4. อัตราค่าปรับกรณี ส่งคืนช้าหรือชำรุด สูญหาย	3.89	1.15	3.76	0.82	3.91	0.84	3.73	0.83	3.71	0.81	0.716 (0.581)
<b>รวม</b>	<b>3.93</b>	<b>0.84</b>	<b>4.02</b>	<b>0.65</b>	<b>4.07</b>	<b>0.68</b>	<b>3.89</b>	<b>0.68</b>	<b>3.91</b>	<b>0.64</b>	<b>0.923</b> <b>(0.450)</b>
<b>ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายและลักษณะ ทางกายภาพ</b>											
1. ท่าเลที่ตั้งติดถนน ใหญ่มองเห็นง่ายและ ใกล้แหล่งชุมชน	3.43	1.26	4.41	0.70	3.23	0.89	3.72	1.14	3.45	0.94	7.631 (0.000*)
2. ความสะดวกใน การเดินทางมาใช้ บริการ	4.19	0.78	4.50	0.66	3.71	0.85	4.08	0.80	3.91	0.87	5.872 (0.000*)
3. ความสะอาดและ ความสะดวกสบาย ภายในร้าน	3.89	0.91	3.97	0.80	3.66	0.82	3.84	0.79	3.95	0.87	1.153 (0.331)
4. ความทันสมัยของ ร้านและการตกแต่ง	3.73	1.04	3.59	0.70	3.32	0.90	3.28	0.85	3.25	0.95	2.856 (0.024*)

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
5. การจัดวางหนังสือ เป็นหมวดหมู่หาง่าย	4.05	0.88	3.97	0.72	4.13	0.81	4.03	0.78	4.00	0.79	0.269 (0.898)
ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายและลักษณะ ทางกายภาพ (ต่อ)											
6. มีการติดตั้ง เครื่องปรับอากาศ ภายในร้าน	3.70	1.15	3.68	1.04	3.34	1.07	3.42	1.07	3.27	1.10	1.437 (0.221)
<b>รวม</b>	<b>3.83</b>	<b>0.63</b>	<b>4.02</b>	<b>0.56</b>	<b>3.57</b>	<b>0.62</b>	<b>3.73</b>	<b>0.62</b>	<b>3.64</b>	<b>0.65</b>	<b>3.335</b> <b>(0.011*)</b>
<b>ด้านการส่งเสริม การตลาด</b>											
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านใบปลิวแผ่นพับ	2.70	1.15	3.06	1.07	2.82	0.83	2.62	0.96	2.65	0.99	1.741 (0.140)
2. มีส่วนลดพิเศษ สำหรับสมาชิก	3.24	1.26	3.44	0.99	3.79	0.89	3.33	1.07	3.31	1.03	2.436 (0.047*)
3. มีการแจกของ รางวัลในช่วงเทศกาล	3.05	1.27	3.06	1.13	3.45	0.99	2.97	1.00	3.07	1.07	2.262 (0.062)
4. มีค่าเช่าในอัตรา พิเศษสำหรับลูกค้าที่มี การเช่าจำนวนมาก	3.22	1.27	3.26	1.05	3.73	1.00	3.39	1.09	3.38	1.08	1.698 (0.150)
5. มีการจัดรายการ หนังสือราคาพิเศษ เป็นระยะ ๆ	3.27	1.12	3.50	1.02	3.68	0.77	3.33	0.94	3.20	0.87	2.345 (0.054)
<b>รวม</b>	<b>3.10</b>	<b>1.03</b>	<b>3.26</b>	<b>0.94</b>	<b>3.49</b>	<b>0.68</b>	<b>3.13</b>	<b>0.84</b>	<b>3.12</b>	<b>0.85</b>	<b>2.314</b> <b>(0.057)</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>											
1. บุคลิกและหน้าตาของ พนักงาน	3.00	1.11	3.26	1.16	2.98	0.84	3.11	0.95	2.91	1.04	0.955 (0.432)

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า		มัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
2. การแต่งกายที่ เหมาะสม สะอาด เรียบร้อย	3.54	0.80	3.47	0.93	3.54	0.89	3.50	0.86	3.31	0.88	0.650 (0.627)
3. การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถให้คำปรึกษา หรือแนะนำได้	4.14	0.71	4.03	0.63	3.98	0.86	4.12	0.72	4.04	0.74	0.562 (0.690)
4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง	4.24	0.83	4.15	0.74	4.02	0.80	4.26	0.68	4.09	0.73	1.561 (0.184)
<b>รวม</b>	<b>3.73</b>	<b>0.61</b>	<b>3.73</b>	<b>0.66</b>	<b>3.63</b>	<b>0.68</b>	<b>3.75</b>	<b>0.59</b>	<b>3.59</b>	<b>0.60</b>	<b>1.004</b> <b>(0.405)</b>
<b>ด้านกระบวนการ ให้บริการ</b>	3.30	1.31	3.56	1.13	3.21	0.80	3.23	1.08	3.15	0.99	0.907 (0.460)
1. ให้บริการด้วย อุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ด											
2. ความสะดวกวิธีในการ ให้บริการ	4.05	0.85	4.06	0.69	3.98	0.80	4.03	0.79	3.89	0.74	0.451 (0.772)
3. มีห้องน้ำไว้บริการ	2.81	1.22	2.97	1.00	3.04	0.97	2.74	1.04	2.85	1.18	1.057 (0.377)
4. มีที่นั่งไว้บริการ	3.00	1.13	3.18	1.06	3.14	0.98	2.95	1.06	2.91	1.19	0.681 (0.605)
5. มีการแจ้งรายชื่อหนังสือ ใหม่ให้ทราบ	3.97	1.04	3.82	0.80	3.68	0.88	3.82	0.90	3.71	0.83	0.772 (0.544)
<b>รวม</b>	<b>3.43</b>	<b>0.85</b>	<b>3.52</b>	<b>0.71</b>	<b>3.41</b>	<b>0.72</b>	<b>3.35</b>	<b>0.71</b>	<b>3.30</b>	<b>0.78</b>	<b>0.575</b> <b>(0.681)</b>

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อมีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์น้อยกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	4.270	-	0.094	0.413	0.097	0.088
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	4.176		-	0.319	0.003	-0.005
อนุปริญญา	3.857			-	-0.316(*) (0.035)	-0.325
ปริญญาตรี	4.173				-	-0.009
สูงกว่าปริญญาตรี	4.182					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในภาพรวมและในรายหัวข้อไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ มากกว่าผู้บริกรร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test).

ระดับการศึกษา	X	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	3.833	-	-0.184	0.267	0.104	0.193
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	4.017		-	0.451(*) (0.008)	0.288	0.377(*) (0.045)
อนุปริญญา	3.566			-	-0.163	-0.074
ปริญญาตรี	3.729				-	0.089
สูงกว่าปริญญาตรี	3.640					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่าเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และหัวข้อความทันสมัยของร้านและการตกแต่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญ

กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชนน้อยกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชนมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับอนุปริญญา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชนน้อยกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	3.432	-	-0.979(*) (0.001)	0.200	-0.290	-0.022
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	4.412		-	1.180(*) (0.000)	0.689(*) (0.005)	0.957(*) (0.000)
อนุปริญญา	3.232			-	-0.491(*) (0.020)	-0.222
ปริญญาตรี	3.723				-	0.268
สูงกว่าปริญญาตรี	3.455					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่



มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ

ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี

Tukey (Tukey's HSD Test)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	4.189	-	-0.311	0.475(*) (0.044)	0.110	0.280
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	4.500		-	0.786(*) (0.000)	0.421(*) (0.040)	0.591(*) (0.007)
อนุปริญญา	3.714			-	-0.365(*) (0.023)	-0.195
ปริญญาตรี	4.079				-	0.170
สูงกว่าปริญญาตรี	3.909					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัว

ข้อความทันสมัยของร้านและการตกแต่งมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	มัธยยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มัธยยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	3.730	-	0.141	0.408	0.453(*) (0.035)	0.475
มัธยยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.588		-	0.267	0.311	0.334
อนุปริญญา	3.321			-	0.044	0.067
ปริญญาตรี	3.277				-	0.023
สูงกว่าปริญญาตรี	3.255					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีส่วนลด พิเศษสำหรับสมาชิก จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มัธยมศึกษา / หรือต่ำกว่า	3.243	-	-0.198	-0.542	-0.083	-0.066
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3.441		-	-0.345	0.114	0.132
อนุปริญญา	3.786			-	0.459(*) (0.034)	0.477
ปริญญาตรี	3.327				-	0.018
สูงกว่าปริญญาตรี	3.309					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านบุคลากร** ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ในภาพรวมและในรายหัวข้อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมและในรายหัวข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน  
การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>													
1. มีประเภทหนังสือให้ เลือกหลายประเภท	4.14	0.76	4.26	0.76	4.22	0.64	4.19	0.70	4.38	0.72	3.91	0.54	0.801 (0.550)
2. มีหนังสือออกใหม่ ให้บริการอยู่เสมอ	4.25	0.69	4.23	0.78	4.15	0.62	4.15	0.68	4.50	0.63	3.91	0.70	1.389 (0.228)
3. มีหนังสือมากและจาก หลายสำนักพิมพ์	4.13	0.73	4.07	0.80	4.17	0.70	4.12	0.81	4.38	0.72	3.82	0.60	0.906 (0.477)
4. หนังสือที่ให้เช่าอยู่ ในสภาพดีไม่ฉีกขาด	4.00	0.72	3.95	0.79	3.89	0.79	3.87	0.87	4.38	0.72	3.36	0.67	2.547 (0.028*)
5. หนังสือมีครบชุดไม่ ขาดหาย	3.97	0.82	4.05	0.82	3.87	0.85	3.93	0.97	4.44	0.81	3.27	0.65	2.746 (0.019*)
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.55</b>	<b>4.11</b>	<b>0.66</b>	<b>4.06</b>	<b>0.54</b>	<b>4.05</b>	<b>0.63</b>	<b>4.41</b>	<b>0.54</b>	<b>3.65</b>	<b>0.54</b>	<b>2.394</b> <b>(0.037*)</b>
<b>ด้านราคา</b>													
1. อัตราค่าสมาชิกมี ความเหมาะสม	4.06	0.88	3.98	0.74	4.13	0.72	3.93	0.68	4.06	0.93	4.09	0.83	0.707 (0.619)
2. อัตราค่าเช่าหนังสือ มีความเหมาะสม	4.14	0.82	3.95	0.75	4.15	0.70	4.03	0.74	3.94	0.93	3.82	0.60	1.102 (0.359)
3. อัตราค่ามัดจำ หนังสือที่เหมาะสม	3.88	0.85	3.72	0.91	3.83	0.80	3.72	0.79	3.94	1.18	3.91	0.70	0.533 (0.751)
4. อัตราค่าบริการจัดส่ง หนังสือหรือชุดสูญหาย	3.86	0.84	3.65	0.72	3.82	0.92	3.60	0.78	3.94	1.24	3.73	0.65	1.122 (0.348)
<b>รวม</b>	<b>3.99</b>	<b>0.71</b>	<b>3.83</b>	<b>0.71</b>	<b>3.98</b>	<b>0.67</b>	<b>3.82</b>	<b>0.62</b>	<b>3.97</b>	<b>0.92</b>	<b>3.89</b>	<b>0.55</b>	<b>0.871</b> <b>(0.500)</b>

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน  
การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
<b>ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายและลักษณะ ทางกายภาพ</b>													
1. ท่าเลที่ตั้งติดถนน ใหญ่มองเห็นง่ายและ ใกล้แหล่งชุมชน	3.61	1.30	3.51	1.01	3.64	1.06	3.73	0.81	3.63	1.54	4.18	0.40	0.762 (0.577)
2. ความสะดวกในการ เดินทางมาใช้บริการ	4.30	0.76	3.91	0.84	4.03	0.83	3.76	0.74	4.19	1.11	4.09	0.70	4.061 (0.001*)
3. ความสะอาดและ ความสะดวกสบาย ภายในร้าน	3.99	0.78	3.77	0.87	3.85	0.81	3.67	0.81	3.81	0.98	3.82	0.75	1.354 (0.241)
4. ความทันสมัยของ ร้านและการตกแต่ง	3.57	0.90	3.21	0.86	3.32	0.91	3.16	0.81	3.25	1.00	3.55	0.69	2.249 (0.049*)
5. การจัดวางหนังสือ เป็นหมวดหมู่หาง่าย	4.09	0.75	4.00	0.93	4.08	0.75	3.84	0.83	4.44	0.63	3.91	0.70	1.968 (0.083)
6. มีการติดตั้ง เครื่องปรับอากาศ ภายในร้าน	3.71	1.00	3.23	1.15	3.31	1.12	3.37	0.88	3.38	1.41	3.64	1.21	2.186 (0.055)
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.59</b>	<b>3.60</b>	<b>0.68</b>	<b>3.71</b>	<b>0.63</b>	<b>3.59</b>	<b>0.60</b>	<b>3.78</b>	<b>0.75</b>	<b>3.86</b>	<b>0.55</b>	<b>2.352</b> <b>(0.040*)</b>
<b>ด้านการส่งเสริม การตลาด</b>													
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ร้าน เช่น ไปปลิว/แผ่นพับ	2.66	1.02	2.77	0.87	2.73	1.02	2.66	0.81	2.69	1.30	2.64	1.12	0.139 (0.983)
2. มีส่วนลดพิเศษ สำหรับสมาชิก	3.28	1.21	3.53	0.96	3.46	1.05	3.31	0.91	3.63	1.20	3.18	0.75	0.827 (0.531)
3. มีการแจกของ รางวัลในช่วงเทศกาล	2.99	1.13	2.86	0.91	3.23	1.10	3.04	0.84	3.13	1.31	2.64	0.92	1.517 (0.183)
4. มีค่าเช่าในอัตราพิเศษ สำหรับลูกค้าที่มีการเช่า จำนวนมาก	3.30	1.17	3.47	1.10	3.47	1.11	3.37	0.97	3.63	1.26	3.36	0.67	0.460 (0.806)

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
5. มีการจัดรายการหนังสือราคาพิเศษเป็นระยะ ๆ	3.28	1.08	3.42	0.82	3.41	0.91	3.39	0.74	3.50	1.37	3.27	0.65	0.364 (0.873)
<b>รวม</b>	<b>3.10</b>	<b>0.94</b>	<b>3.21</b>	<b>0.75</b>	<b>3.26</b>	<b>0.89</b>	<b>3.16</b>	<b>0.65</b>	<b>3.31</b>	<b>1.15</b>	<b>3.02</b>	<b>0.65</b>	<b>0.597</b> <b>(0.702)</b>
<b>ด้านบุคลากร</b> บุคลากรเฉพาะหน้าของพนักงาน	3.12	0.98	3.02	0.86	3.07	1.01	3.03	0.97	2.75	1.34	3.45	0.69	0.755 (0.583)
2. การแต่งกายที่เหมาะสม สะอาดเรียบร้อย	3.59	0.87	3.42	0.76	3.52	0.94	3.22	0.78	3.56	0.89	3.45	0.52	1.646 (0.147)
3. การเอาใจใส่ลูกค้าสามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำได้	4.15	0.69	4.09	0.65	4.03	0.81	4.01	0.69	4.31	0.87	4.09	0.54	0.740 (0.594)
4. มีมนุษยสัมพันธ์ดีสุภาพเป็นกันเอง	4.30	0.74	4.16	0.61	4.06	0.80	4.18	0.65	4.56	0.51	4.36	0.50	2.353 (0.040*)
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.59</b>	<b>3.67</b>	<b>0.54</b>	<b>3.67</b>	<b>0.68</b>	<b>3.61</b>	<b>0.55</b>	<b>3.80</b>	<b>0.56</b>	<b>3.84</b>	<b>0.38</b>	<b>0.979</b> <b>(0.430)</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>													
1. ให้บริการด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่นระบบบาร์โค้ด	3.27	1.29	3.07	0.83	3.24	0.99	3.33	0.93	3.13	1.26	3.64	0.92	0.664 (0.651)
2. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.13	0.82	3.81	0.66	4.02	0.73	3.88	0.86	4.25	0.86	4.00	0.63	1.696 (0.135)
3. มีห้องน้ำไว้บริการ	2.73	1.14	2.86	0.97	2.94	1.03	2.66	1.08	3.13	1.15	2.64	0.92	1.188 (0.315)
4. มีที่นั่งไว้บริการ	2.95	1.14	3.00	0.93	3.09	1.05	2.79	1.05	3.56	1.26	2.64	0.92	1.909 (0.092)

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	นักเรียน/ นักศึกษา		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
5. มีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบ	4.01	0.91	3.70	0.80	3.80	0.83	3.43	0.92	4.00	0.97	4.00	0.89	3.958 (0.002*)
รวม	3.42	0.78	3.29	0.64	3.42	0.70	3.22	0.75	3.61	0.90	3.38	0.64	1.241 (0.289)

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์  
 จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.098	-	-0.014	0.035	0.047	-0.314	0.444
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.112		-	0.049	0.061	-0.301	0.457
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.063			-	0.012	-0.350	0.408
ธุรกิจส่วนตัว	4.051				-	-0.362	0.396
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.413					-	0.758(*) (0.010)
อื่นๆ	3.655						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อหนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด และ  
 หัวข้อหนังสือมีครบชุดไม่ขาดหาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการ  
 ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแม่บ้าน/  
 พ่อบ้านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อหนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่  
 ฉีกขาด มากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดัง  
 แสดงในตารางที่ 4.19



ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในหัวข้อมีหนังสือ  
 ที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD  
 Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.000	-	0.047	0.112	0.134	-0.375	0.636
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.953		-	0.065	0.088	-0.422	0.590
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.888			-	0.022	-0.487	0.524
ธุรกิจส่วนตัว	3.866				-	-0.509	0.502
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.375					-	1.011(*) (0.013)
อื่นๆ	3.364						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อหนังสือมี  
 ครบชุดไม่ขาดหาย จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านให้  
 ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อหนังสือมีครบชุดไม่ขาดหาย มากกว่า  
 ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่  
 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในหัวข้อหนังสือมี  
 กรบชุดไม่ขาดหาย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.971	-	-0.075	0.097	0.046	-0.466	0.698
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.047		-	0.172	0.121	-0.391	0.774
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.874			-	-0.051	-0.563	0.601
ธุรกิจส่วนตัว	3.925				-	-0.512	0.653
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.438					-	1.165(*) (0.008)
อื่นๆ	3.273						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับ  
 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในภาพรวมและในรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่า  
 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัด  
 จำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึง  
 ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มี  
 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัด  
 จำหน่ายและลักษณะทางกายภาพมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมี  
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.877	-	0.274	0.171	0.287(*) (0.041)	0.095	0.014
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.603		-	-0.102	0.013	-0.179	-0.260
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.705			-	0.115	-0.077	-0.157
ธุรกิจส่วนตัว	3.590				-	-0.192	-0.273
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.782					-	-0.081
อื่นๆ	3.863						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และ หัวข้อความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.298	-	0.391	0.270	0.537(*) (0.000)	0.111	0.207
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.907		-	-0.121	0.146	-0.281	-0.184
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.028			-	0.267	-0.160	-0.063
ธุรกิจส่วนตัว	3.761				-	-0.426	-0.330
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.188					-	0.097
อื่นๆ	4.091						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความทันสมัยของร้านและการตกแต่งมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความทันสมัยของร้านและการตกแต่ง จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.567	-	0.358	0.246	0.403(*) (0.044)	0.317	0.022
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.209		-	-0.112	0.045	-0.041	-0.336
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.322			-	0.157	0.072	-0.224
ธุรกิจส่วนตัว	3.164				-	-0.086	-0.381
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	3.250					-	-0.295
อื่นๆ	3.545						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมและในรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

**ด้านบุคลากร** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มี  
 มนุษย์สัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD  
 Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.298	-	0.135	0.235	0.119	-0.264	-0.066
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.163		-	0.100	-0.016	-0.400	-0.201
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.063			-	-0.116	-0.500	-0.301
ธุรกิจส่วนตัว	4.179				-	-0.383	-0.185
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.563					-	0.199
อื่นๆ	4.364						-

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้  
 ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่าง  
 กัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อมีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบ แยกต่าง  
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey  
 พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้  
 ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อมีการแจ้งรายชื่อหนังสือใหม่ให้ทราบ  
 มากกว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 ดังแสดงในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการแจ้งรายชื่อนักหนังสือใหม่ให้ทราบ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน/ นักศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่นๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.010	-	0.312	0.205	0.577(*) (0.000)	0.010	0.010
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.698		-	-0.107	0.265	-0.302	-0.302
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.804			-	0.371(*) (0.049)	-0.196	-0.196
ธุรกิจส่วนตัว	3.433				-	-0.567	-0.567
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	4.000					-	0.000
อื่นๆ	4.000						-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า

รายการ	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์											
1. มีประเภทหนังสือให้เลือกหลายประเภท	4.20	0.77	4.16	0.62	4.27	0.68	4.22	0.66	4.13	0.77	0.482 (0.749)
2. มีหนังสือออกใหม่ให้บริการอยู่เสมอ	4.28	0.69	4.15	0.67	4.21	0.64	4.13	0.64	4.20	0.74	0.551 (0.699)
3. มีหนังสือมากและจากหลายสำนักพิมพ์	4.16	0.75	4.06	0.72	4.24	0.70	4.02	0.78	4.17	0.75	1.130 (0.342)
4. หนังสือที่ให้เช่าอยู่ในสภาพดีไม่ฉีกขาด	3.96	0.78	3.97	0.72	3.91	0.87	3.87	0.82	3.91	0.76	0.171 (0.953)

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
	5. หนังสือมีครบชุด ไม่ขาดหาย	3.93	0.89	3.91	0.81	3.89	0.92	3.93	0.86	4.04	
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.59</b>	<b>4.05</b>	<b>0.52</b>	<b>4.10</b>	<b>0.58</b>	<b>4.03</b>	<b>0.60</b>	<b>4.09</b>	<b>0.63</b>	<b>0.238</b> <b>(0.917)</b>
<b>ด้านราคา</b>											
1. อัตราค่าสมาชิกมี ความเหมาะสม	4.09	0.96	4.08	0.70	4.00	0.76	4.05	0.73	4.04	0.70	0.192 (0.943)
2. อัตราค่าเช่าหนังสือ มีความเหมาะสม	4.21	0.86	4.05	0.71	4.05	0.74	4.00	0.72	4.13	0.73	0.889 (0.471)
3. อัตราค่ามัดจำ หนังสือที่เหมาะสม	3.93	0.92	3.84	0.79	3.78	0.86	3.69	0.79	3.81	0.83	0.727 (0.574)
4. อัตราค่าปรับกรณี ส่งคืนช้าหรือชำรุดสูญ หาย	3.93	0.89	3.66	0.93	3.82	0.87	3.71	0.83	3.72	0.75	1.250 (0.289)
<b>รวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.78</b>	<b>3.91</b>	<b>0.65</b>	<b>3.91</b>	<b>0.68</b>	<b>3.86</b>	<b>0.69</b>	<b>3.93</b>	<b>0.64</b>	<b>0.675</b> <b>(0.610)</b>
<b>ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายและลักษณะ ทางกายภาพ</b>											
1. ทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่ มองเห็นง่ายและใกล้ แหล่งชุมชน	3.37	1.41	3.91	0.89	3.65	1.10	3.60	1.01	3.64	0.95	2.482 (0.043*)
2. ความสะดวกในการ เดินทางมาใช้บริการ	4.33	0.78	4.08	0.79	3.96	0.83	3.87	0.82	3.97	0.86	3.422 (0.009*)
3. ความสะอาดและความ สะดวกสบายภายในร้าน	4.01	0.85	3.84	0.77	3.77	0.82	3.67	0.79	3.91	0.84	1.726 (0.144)
4. ความทันสมัยของ ร้านและการตกแต่ง	3.56	0.98	3.42	0.77	3.28	0.92	3.16	0.86	3.29	0.89	2.041 (0.088)
5. การจัดวางหนังสือ เป็นหมวดหมู่หาง่าย	4.13	0.83	3.98	0.69	4.08	0.76	3.96	0.86	4.01	0.83	0.621 (0.648)



ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
	6. มีการติดตั้ง เครื่องปรับอากาศ ภายในร้าน	3.76	1.06	3.48	0.99	3.25	1.17	3.31	0.96	3.39	
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>0.62</b>	<b>3.78</b>	<b>0.59</b>	<b>3.67</b>	<b>0.63</b>	<b>3.60</b>	<b>0.63</b>	<b>3.70</b>	<b>0.67</b>	<b>1.901</b> <b>(0.110)</b>
<b>ด้านการส่งเสริม การตลาด</b>											
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ร้าน เช่น ใบปลิวแผ่นพับ	2.59	1.18	2.89	0.85	2.67	1.05	2.56	0.83	2.74	0.90	1.365 (0.245)
2. มีส่วนลดพิเศษ สำหรับสมาชิก	3.12	1.31	3.55	0.93	3.56	0.98	3.27	0.97	3.36	1.04	2.500 (0.042*)
3. มีการแจกของ รางวัลในช่วงเทศกาล	2.95	1.24	3.13	1.04	3.11	1.02	2.95	0.93	3.17	1.01	0.713 (0.584)
4. มีค่าเช่าในอัตราพิเศษ สำหรับลูกค้าที่มีการเช่า จำนวนมาก	3.23	1.27	3.50	1.04	3.42	1.07	3.45	1.02	3.43	1.06	0.707 (0.587)
5. มีการจัดรายการ หนังสือราคาพิเศษ เป็นระยะ ๆ	3.21	1.23	3.45	0.83	3.38	0.86	3.47	0.74	3.35	0.95	0.876 (0.478)
<b>รวม</b>	<b>3.02</b>	<b>1.07</b>	<b>3.30</b>	<b>0.77</b>	<b>3.23</b>	<b>0.85</b>	<b>3.14</b>	<b>0.67</b>	<b>3.21</b>	<b>0.84</b>	<b>1.236</b> <b>(0.295)</b>
<b>ด้านบุคลากร</b>											
1. บุคลิกและหน้าตา ของพนักงาน	2.97	1.03	3.13	0.99	3.20	0.99	2.96	0.88	3.00	1.01	0.890 (0.470)
2. การแต่งกายที่ เหมาะสม สะอาด เรียบร้อย	3.63	0.93	3.39	0.81	3.51	0.90	3.40	0.85	3.45	0.83	0.951 (0.435)
3. การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถให้คำปรึกษา หรือแนะนำได้	4.21	0.74	3.95	0.71	4.07	0.78	4.13	0.67	4.09	0.74	1.319 (0.262)

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือเช่า (ต่อ)

รายการ	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 - 10,000 บาท		10,001 - 15,000 บาท		15,001 - 20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท		F (Sig.)
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	
	4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพเป็นกันเอง	4.33	0.74	4.09	0.74	4.15	0.75	4.20	0.65	4.19	
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.60</b>	<b>3.64</b>	<b>0.59</b>	<b>3.73</b>	<b>0.68</b>	<b>3.67</b>	<b>0.55</b>	<b>3.68</b>	<b>0.60</b>	<b>0.699</b> <b>(0.593)</b>
<b>ด้านกระบวนการ ให้บริการ</b>											
1. ให้บริการด้วย อุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ด	3.19	1.34	3.35	1.07	3.28	0.98	3.04	0.90	3.32	0.93	0.916 (0.455)
2. ความสะดวก รวดเร็วในการ ให้บริการ	4.08	0.87	4.10	0.73	3.99	0.76	3.78	0.81	4.03	0.73	1.682 (0.153)
3. มีห้องน้ำไว้บริการ	2.67	1.22	2.80	0.86	2.96	1.11	2.78	1.03	2.88	1.09	0.887 (0.472)
4. มีที่นั่งไว้บริการ	2.91	1.23	3.03	0.94	3.09	1.06	2.87	0.98	3.01	1.14	0.539 (0.707)
5. มีการแจ้งรายชื่อ หนังสือใหม่ให้ทราบ	4.09	0.96	3.74	0.77	3.75	0.89	3.62	0.99	3.75	0.83	2.878 (0.023*)
<b>รวม</b>	<b>3.39</b>	<b>0.83</b>	<b>3.40</b>	<b>0.64</b>	<b>3.41</b>	<b>0.77</b>	<b>3.22</b>	<b>0.68</b>	<b>3.40</b>	<b>0.73</b>	<b>0.752</b> <b>(0.557)</b>

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านหนังสือ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอธิบายดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้  
ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและในรายหัวข้อไม่  
แตกต่างกัน

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในภาพรวมและในรายหัวข้อ ไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน หัวข้อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และหัวข้อมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน น้อยกว่าผู้ให้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในหัวข้อ ทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่มองเห็นง่ายและใกล้แหล่งชุมชน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
น้อยกว่า 5,000 บาท	3.373	-	-0.536(*) (0.016)	-0.276	-0.227	-0.264
5,001 - 10,000 บาท	3.909		-	0.260	0.309	0.271
10,001 - 15,000 บาท	3.649			-	0.049	0.012
15,001 - 20,000 บาท	3.600				-	-0.038
มากกว่า 20,000 บาท	3.638					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัว

ข้อความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.333	-	0.254	0.375(*) (0.024)	0.461(*) (0.013)	0.362
5,001 - 10,000 บาท	4.080		-	0.121	0.207	0.109
10,001 - 15,000 บาท	3.959			-	0.086	-0.012
15,001 - 20,000 บาท	3.873				-	-0.098
มากกว่า 20,000 บาท	3.971					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้านมากกว่าผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศภายในร้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
น้อยกว่า 5,000 บาท	3.760	-	0.283	0.513(*) (0.017)	0.451	0.369
5,001 - 10,000 บาท	3.477		-	0.230	0.168	0.086
10,001 - 15,000 บาท	3.247			-	-0.062	-0.144
15,001 - 20,000 บาท	3.309				-	-0.082
มากกว่า 20,000 บาท	3.391					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อ มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก ไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
น้อยกว่า 5,000 บาท	3.120	-	-0.425	-0.437	-0.153	-0.242
5,001 - 10,000 บาท	3.545		-	-0.011	0.273	0.183
10,001 - 15,000 บาท	3.557			-	0.284	0.194
15,001 - 20,000 บาท	3.273				-	-0.090
มากกว่า 20,000 บาท	3.362					-

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรในภาพรวมและในรายหัวข้อ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทาง ด้านกระบวนการให้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อ มีการแจ้งรายชื่อนี้หนังสือใหม่ให้ทราบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Tukey พบว่า ผู้ใช้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อมีการแจ้งรายชื่อนี้หนังสือใหม่ให้ทราบมากกว่าผู้บริการร้านหนังสือเช่าที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหัวข้อ มีการแจ้งรายชื่อนี้หนังสือใหม่ให้ทราบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธี Tukey (Tukey's HSD Test)

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท
น้อยกว่า 5,000 บาท	4.093	-	0.355	0.341	0.475(*) (0.022)	0.340
5,001 - 10,000 บาท	3.739		-	-0.014	0.120	-0.015
10,001 - 15,000 บาท	3.753			-	0.134	-0.001
15,001 - 20,000 บาท	3.618				-	-0.135
มากกว่า 20,000 บาท	3.754					-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05