บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อหนังสือธรรมะทางพุทธศาสนา สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อหนังสือธรรมะ
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามต่อพฤติกรรมการซื้อ
เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาด
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	133	44.33
หญิง	167	55.67
รวม	**300**	**100**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.67 และเป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-25 ปี	124	41.33
26-35 ปี	68	22.67
36-45 ปี	49	16.33
46-55 ปี	40	13.33
56 ปี ขึ้นไป	19	6.33
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 15-25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.33 รองลงมา ได้แก่ อายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.67 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.33 อายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 และอายุ 56 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.33

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	181	60.33
สมรส	84	28.00
หย่าร้าง	14	4.67
ดำรงสมณะเพศ	21	7.00
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 60.33 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 28.00 ดำรงสมณะเพศ คิดเป็น ร้อยละ 7.00 และหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 4.67

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	35	11.67
ปวส. /อนุปริญญา	16	5.33
ปริญญาตรี	189	63.00
ปริญญาโท	48	16.00
สูงกว่าปริญญาโท	12	4.00
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา ได้แก่ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16.00 มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.67 ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 5.33 และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน หรือนักศึกษา	107	35.67
นักบวช	21	7.00
ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	54	18.00
แม่บ้าน	5	1.67
พนักงานบริษัท/ ร้านค้า	41	13.66
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	24.00
รวม	**300**	**100.00**

หมายเหตุ: นักบวช ได้แก่ พระ (19) แม่ชี (2)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นนักเรียน หรือนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.67 รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.00 ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 18.00 พนักงานบริษัท/ ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 13.66 นักบวช คิดเป็นร้อยละ 7.00 และแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	90	30.00
10,000-20,000 บาท	71	23.67
20,001-30,000 บาท	40	13.33
มากกว่า 30,000 บาท	44	14.67
ไม่มีรายได้	55	18.33
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ30.00 รองลงมา ได้แก่ 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.67 ไม่มีรายได้ คิดเป็นร้อยละ 18.33 มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ14.67 และ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ13.33

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาศึกษาธรรมะด้วยการซื้อหนังสือธรรมะมาอ่าน

ระยะเวลาศึกษาธรรมะด้วยการซื้อหนังสือธรรมะมาอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	43	14.33
ประมาณ 1-2 ปี	63	21.00
ประมาณ 3-4 ปี	64	21.33
มากกว่า 4 ปี	130	43.33
รวม	**300**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาศึกษาธรรมะด้วยการซื้อหนังสือธรรมะมาอ่าน มากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาได้แก่ ประมาณ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ21.33 ประมาณ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.33

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการศึกษาธรรมะ

รูปแบบการศึกษาธรรมะ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เข้าวัด ปฏิบัติธรรม	196	65.33	1
เอกสาร/หนังสือธรรมะแจกฟรี	185	61.67	2
ดูทีวี	112	37.33	3
ฟังวิทยุ	105	35.00	4
ดูเว็บไซต์ด้านธรรมะ	95	31.67	5
ฟังซีดี/เอ็มพี3	73	24.33	6
ร่วมอบรมธรรมะจากหน่วยงานต่างๆ	63	21.00	7
ท่องเที่ยวแสวงบุญ	50	16.67	8
เช่า/ยืมหนังสือธรรมะมาอ่าน	47	15.67	9
ดูเคเบิ้ลทีวี/ทีวีดาวเทียม	31	10.33	10
ปฏิบัติธรรมที่บ้าน	6	2.00	11
สนทนาธรรม	4	1.33	12
อื่นๆ	4	1.33	-

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

อื่นๆ ได้แก่ นั่งสมาธิ (1) เรียนหลักสูตรครูสมาธิ (1) นำคำสอนมาปฏิบัติจริง (1) ทำกิจสงฆ์ (1)

จากตารางที่ 8 พบว่า นอกจากการอ่านหนังสือธรรมะแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรูปแบบการศึกษาธรรมะด้วยการเข้าวัด ปฏิบัติธรรม คิดเป็นร้อยละ 65.33 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน รองลงมา ได้แก่ เอกสาร/หนังสือธรรมะแจกฟรี คิดเป็นร้อยละ 61.67 ดูทีวี คิดเป็นร้อยละ 37.33 ฟังวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 35.00 ดูเว็บไซต์ด้านธรรมะ คิดเป็นร้อยละ 31.67 ฟังซีดี/เอ็มพี3 คิดเป็นร้อยละ 24.33 ร่วมอบรมธรรมะจากหน่วยงานต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 21.00 ท่องเที่ยวแสวงบุญ คิดเป็นร้อยละ 16.67 เช่า/ยืมหนังสือธรรมะมาอ่าน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ดูเคเบิ้ลทีวี/ทีวีดาวเทียม คิดเป็นร้อยละ 10.33 ปฏิบัติธรรมที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.00 สนทนาธรรม คิดเป็นร้อยละ 1.33 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อหนังสือธรรมะ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะประเภทหนังสือธรรมะที่นิยม

ประเภทหนังสือธรรมะที่นิยม	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
พระธรรม คำสอน ทางพุทธศาสนา เช่น กฎแห่งกรรม การดับทุกข์ สมถะวิปัสสนา	192	64.00	1
ธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น เช่น พุทธประวัติ คติธรรม คำคม บทสวดมนต์	160	53.33	2
ธรรมเทศนา ของพระนักเทศน์ นักเขียนชื่อดัง เช่น พุทธทาสภิกขุ ปัญญานันทะภิกขุ	137	45.67	3
ธรรมะสำหรับเด็ก เช่น การ์ตูน/ นิทานธรรมะ	100	33.33	4
ธรรมะแนววิทยาศาสตร์	85	28.33	5
พิธีกรรม ความเชื่อ สิ่งลี้ลับต่างๆ เช่น การระลึกชาติ หูทิพย์ ตาทิพย์ วิญญาณ	83	27.67	6
ประวัติ ผลงาน และธรรมเทศนาสายพระป่า เช่น หลวงปู่มั่น หลวงปู่ขาว หลวงพ่อชา	72	24.00	7
งานเขียนจากพุทธศาสนานิกายมหายาน หรือหนังสือแปลผู้เขียนชาวต่างชาติ	32	10.67	8
อื่นๆ	6	2.00	-

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

อื่นๆ ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับความตาย (1) ธรรมะระดับพุทธปรัชญา (1) แนวจิตวิทยา (1) ทุกแนว (1) ธรรมะเน้นการปฏิบัติ (1) ธรรมะที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตปัจจุบัน (1)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อหนังสือธรรมะประเภทพระธรรมคำสอนทางพุทธศาสนา คิดเป็นร้อยละ 64.00 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน รองลงมาได้แก่ ธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น คิดเป็นร้อยละ 53.33 ธรรมเทศนา ของพระนักเทศน์ นักเขียนชื่อดัง คิดเป็นร้อยละ 45.67 ธรรมะสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 33.33 ธรรมะแนววิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 28.33 พิธีกรรม ความเชื่อ สิ่งลี้ลับต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 27.67 ประวัติ ผล งาน และธรรมเทศนาสายพระป่า คิดเป็นร้อยละ 24.00 งานเขียนจากพุทธศาสนานิกายมหายาน หรือหนังสือแปล คิดเป็นร้อยละ 10.67 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนักเขียน หรือครูบาอาจารย์ที่ชื่นชอบ

นักเขียน ครูบาอาจารย์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
พุทธทาสภิกขุ	206	68.67	1
ว. วชิรเมธี	187	62.33	2
ครูบาศรีวิชัย	142	47.33	3
สมเด็จโต พรหมรังสี	127	42.33	4
หลวงปู่แหวน สุจิณโณ	101	33.67	5
หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต	96	32.00	6
พระมหาสมปอง	95	31.67	7
ปัญญานันทภิกขุ	94	31.33	8
พระพยอม กัลยาโณ	89	29.67	9
หลวงตามหาบัว	85	28.33	10
หลวงปู่ทวด วัดช้างให้	70	23.33	11
พระพรหมฯ (ป.อ.ปยุตโต)	58	19.33	12
หลวงพ่อจรัล ฐิตธโม	58	19.33	12
หลวงพ่อชา สุภัทโท	55	18.33	13
ดร. สนอง วรอุไร	53	17.67	14
หลวงพ่อฤาษีลิงดำ	51	17.00	15
ทันตแพทย์สม สุจีรา	48	16.00	16
หลวงปู่ฝั้น อาจาโร	45	15.00	17
แม่ชีศันสนีย์	43	14.33	18
ดังตฤน	43	14.33	18
ติช นัท ฮันท์	40	13.33	19
หลวงปู่ขาว อนาลโย	36	12.00	20
หลวงพ่อสด วัดปากน้ำ	35	11.67	21
หลวงปู่ดุลย์ อตุโล	32	10.67	22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนักเขียน หรือครูบาอาจารย์ที่ชื่นชอบ (ต่อ)

นักเขียน ครูบาอาจารย์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ฐิตินาท ณ พัทลุง	25	8.33	23
แม่ชีทศพร	23	7.67	24
หลวงพ่อเทียน จิตตสุโภ	18	6.00	25
หลวงปู่เสาร์ กันตสีโร	17	5.67	26
หลวงพ่อพุธ ฐานิโย	15	5.00	27
อ. สุจินต์ บริหารวนเขตต์	10	3.33	28
หลวงปู่จันทา ถาวโร	9	3.00	29
หลวงพ่อทูล ขิปปปณโญ	7	2.33	30
พระครูเกษม ธรรมทัต	6	2.00	31
อ.คึกฤทธิ์ โสตถิผโล	6	2.00	31
ท่าน ก. เขาสวนหลวง	3	1.00	32
อื่นๆ	13	4.33	-

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

อื่นๆ ได้แก่ พระอาจารย์มิตซูโอะ (1) พระอาจารย์เปลี่ยน ปัญญาปทีโป (1) สมคิด จรางกูล (1) หลวงพ่อปราโมทย์ (1) พระอาจารย์ไพศาล วิสาโล (1) หลวงพ่อเกษม เขมโก (1) หลวงพ่อคง จตตุมาโล (1) ดร.วรภัทร์ ภู่เจริญ (1) หลวงพ่อวิริยัง สิรินทโร (1) หลวงพ่อจรัล ทักขิณาโญ, อาจารย์สินธพ ทรวงแก้ว (1) นันทญานีภิกษุณี, ทั้งเหมียน และฉือจี้ (1) หลวงปู่เทศก์ (1) หลวงพ่อจำเนียร สีลเสฏโฐ (1)

จากตารางที่ 10 พบว่านักเขียน หรือ ครูบา อาจารย์ 10 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ พุทธทาสภิกขุ คิดเป็นร้อยละ 68.67 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน รองลงมาได้แก่ ว. วชิรเมธี คิดเป็นร้อยละ 62.33 ครูบาศรีวิชัย คิดเป็นร้อยละ 47.33 สมเด็จโต พรหมรังสี คิดเป็นร้อยละ 42.33 หลวงปู่แหวน สุจิณโณ คิดเป็นร้อยละ 33.67 หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต คิดเป็นร้อยละ 32.00 พระมหาสมปอง คิดเป็นร้อยละ 31.67 ปัญญานันทภิกขุ คิดเป็นร้อยละ 31.33 พระพยอม กัลยาโณ คิดเป็นร้อยละ 29.67 และ หลวงตามหาบัว คิดเป็นร้อยละ 28.33 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่สนใจศึกษาธรรมะ

สาเหตุที่สนใจศึกษาธรรมะ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	กลุ่มสาเหตุใหญ่
ต้องการหาวิธีฝึกสมาธิ ฝึกจิตใจให้สงบ	190	63.34	1	ต้องการพัฒนาศักยภาพ
ศรัทธาในคำสอนของพระพุทธเจ้า	143	47.67	2	ความศรัทธา
ต้องการหาที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ	120	40.00	3	ต้องการพัฒนาศักยภาพ
ต้องการคลายความเครียด	117	39.00	4	สาเหตุจากความทุกข์
ต้องการหาทางพ้นทุกข์	100	33.34	5	สาเหตุจากความทุกข์
ต้องการพัฒนาศักยภาพการทำงาน	84	28.00	6	ต้องการพัฒนาศักยภาพ
ศรัทธาในตัวนักปฏิบัติธรรม	57	19.00	7	ความศรัทธา
ปัญหาเรื่องการเรียน	36	12.00	8	สาเหตุจากความทุกข์
ปัญหาครอบครัว	31	10.33	9	สาเหตุจากความทุกข์
ปัญหาสุขภาพ	30	10.00	10	สาเหตุจากความทุกข์
ปัญหาเรื่องการทำงาน	29	9.67	11	สาเหตุจากความทุกข์
การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก	27	9.00	12	สาเหตุจากความทุกข์
ปัญหาเศรษฐกิจ ภาระหนี้สินต่างๆ	17	5.67	13	สาเหตุจากความทุกข์
ต้องการหาความรู้เพิ่มเติม	14	4.67	14	ต้องการพัฒนาศักยภาพ
ปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง	12	4.00	15	สาเหตุจากความทุกข์

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ หันมาสนใจศึกษาธรรมะเพราะต้องการหาวิธีฝึกสมาธิ ฝึกจิตใจให้สงบ คิดเป็นร้อยละ 63.34 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน รองลงมาได้แก่ ศรัทธาในคำสอนของพระพุทธเจ้า คิดเป็นร้อยละ 47.67 ต้องการหาที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ต้องการคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 39.00 ต้องการหาทางพ้นทุกข์ คิดเป็นร้อยละ 33.34 ต้องการพัฒนาศักยภาพการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ศรัทธาในตัวนักปฏิบัติธรรม คิดเป็นร้อยละ 19.00 ปัญหาเรื่องการเรียน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ปัญหาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 10.33 ปัญหาสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 10.00 ปัญหาเรื่องการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 9.67 การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก คิดเป็นร้อยละ 9.00 ปัญหาเศรษฐกิจ ภาระหนี้สินต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 5.67 ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมคิดเป็นร้อยละ 4.67 และ ปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง คิดเป็นร้อยละ 4.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจศึกษาธรรมะทั้ง 15 ประการนี้ สามารถนำมาจัดได้เป็น กลุ่มสาเหตุใหญ่ได้ 3 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มสาเหตุจากความทุกข์ 2.กลุ่มความศรัทธา และ 3. กลุ่มต้องการพัฒนาศักยภาพ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่สนใจศึกษาธรรมะโดยจัดเป็นกลุ่มสาเหตุใหญ่

สาเหตุที่สนใจศึกษาธรรมะ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ต้องการพัฒนาศักยภาพ			
ต้องการหาวิธีฝึกสมาธิ ฝึกจิตใจให้สงบ	190	63.34	1
ต้องการหาที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ	120	40.00	2
ต้องการพัฒนาศักยภาพการทำงาน	84	28.00	3
ต้องการหาความรู้เพิ่มเติม	14	4.67	4
สาเหตุจากความทุกข์			
ต้องการคลายความเครียด	117	39.00	1
ต้องการหาทางพ้นทุกข์	100	33.34	2
ปัญหาเรื่องการเรียน	36	12.00	3
ปัญหาครอบครัว	31	10.33	4
ปัญหาสุขภาพ	30	10.00	5
ปัญหาเรื่องการทำงาน	29	9.67	6
การสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก	27	9.00	7
ปัญหาเศรษฐกิจ ภาระหนี้สินต่างๆ	17	5.67	8
ปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง	12	4.00	9
ความศรัทธา			
ศรัทธาในคำสอนของพระพุทธเจ้า	143	47.67	1
ศรัทธาในตัวนักปฏิบัติธรรม	57	19.00	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มต้องการพัฒนาศักยภาพนั้น ต้องการหาวิธีฝึกสมาธิ ฝึกจิตใจให้สงบเป็นสาเหตุหลัก กลุ่มที่มีสาเหตุจากความทุกข์นั้น ความเครียดเป็นสาเหตุหลัก ในกลุ่มความศรัทธาพบว่า ศรัทธาในคำสอนของพระพุทธเจ้าเป็นสาเหตุหลัก

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อ

ช่วงเวลาที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเงินเดือนออก	10	3.33
วันจันทร์ - ศุกร์ (8.00-17.00)	0	0.00
วันจันทร์ - ศุกร์ (หลัง 17.00)	1	0.33
วันหยุดเสาร์- อาทิตย์	21	7.00
วันหยุดนักขัตฤกษ์	5	1.67
ไม่จำกัดเวลา เมื่อใดก็ได้เมื่อว่าง	263	87.67
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกซื้อหนังสือธรรมะไม่จำกัดเวลา เมื่อใดก็ได้เมื่อว่าง คิดเป็นร้อยละ 87.67 รองลงมาได้แก่ วันหยุดเสาร์- อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 7.00 ช่วงเงินเดือนออก คิดเป็นร้อยละ3.33 วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 1.67 และ วันจันทร์ - ศุกร์ (หลัง 17.00) คิดเป็นร้อยละ 0.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ

สาเหตุที่สนใจศึกษาธรรมะ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล	194	64.67	1
พ่อแม่	53	17.67	2
ผู้เขียน	30	10.00	3
อาจารย์	30	10.00	3
ญาติพี่น้อง	24	8.00	4
กัลยาณมิตร	22	7.33	5
เพื่อน	15	5.00	6
คนรัก/แฟน	10	3.33	7
ลูก	3	1.00	8
อื่นๆ	2	0.67	-

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน
อื่นๆ ได้แก่ ธรรมาจารย์(1) นักเรียน(1)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล คิดเป็นร้อยละ 64.67 รองลงมาได้แก่พ่อแม่คิดเป็นร้อยละ17.67 ผู้เขียน และ อาจารย์ ในสัดส่วนเท่ากัน คือคิดเป็นร้อยละ 10.00 ญาติพี่น้องคิดเป็นร้อยละ 8.00 กัลยาณมิตร คิดเป็นร้อยละ 7.33 เพื่อน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 คนรัก/แฟน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ลูก คิดเป็นร้อยละ 1.00 และ อื่นๆคิดเป็น ร้อยละ 0.67

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่นิยมซื้อหนังสือธรรมะ

แหล่งที่นิยมซื้อหนังสือ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ซีเอ็ดบุ๊ค	114	38.00	1
ร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์	113	37.67	2
ร้านดวงกมลบุ๊คเซ็นเตอร์	101	33.67	3
บีทูเอส	61	20.33	4
แผงหนังสือริมถนน/ตลาด/แหล่งชุมชน	51	17.00	5
ร้านนายอินทร์	47	15.67	6
เซเว่นอีเลเว่น	42	14.00	7
ร้านหนังสือดอกหญ้า	17	5.67	8
ทุกที่ตามสะดวก/ตามโอกาส/ไม่จำกัดสถานที่	13	4.33	9
คาร์ฟูร์	10	3.33	10
สวนสันติภาพ (วัดอุโมงค์)	10	3.33	10
ซื้อผ่านเว็บไซต์ต่างๆ	8	2.67	11
งานสัปดาห์หนังสือ	7	2.33	12
ติดต่อซื้อจากสำนักพิมพ์โดยตรง	5	1.67	13
ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต	3	1.00	14
อื่นๆ	3	1.00	-

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

อื่นๆ ได้แก่ ซื้อจากวัด (1) เทสโก้โลตัส (1) ร้านแซงแซว (1)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อหนังสือธรรมะจาก ร้านซีเอ็ดบุ๊ค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาได้แก่ สุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 37.67 ร้านดวงกมลบุ๊คเซ็นเตอร์คิดเป็นร้อยละ 33.67บีทูเอส คิดเป็นร้อยละ 20.33 แผงหนังสือริมถนน/ตลาด/แหล่งชุมชนคิดเป็น ร้อยละ 17.00 ร้านนายอินทร์ คิดเป็นร้อยละ 17.00 เซเว่นอีเลเว่นคิดเป็นร้อยละ 14.00 ร้านหนังสือดอกหญ้า คิดเป็นร้อยละ 5.67 ทุกที่ตามสะดวก/ตามโอกาส/ไม่จำกัดสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 4.33 คาร์ฟูร์ และ สวนสันติภาพ(วัดอุโมงค์)ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ซื้อผ่านเว็บไซต์ต่างๆคิดเป็นร้อยละ 2.67 งานสัปดาห์หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 2.33 ติดต่อซื้อจาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำนักพิมพ์โดยตรงคิดเป็นร้อยละ 1.67 ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 1.00 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนก่อนซื้อ

การวางแผนก่อนการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีการคิดไว้ก่อนว่าจะซื้อล่วงหน้าเสมอ	21	7.00
มีการวางแผนบางครั้ง	38	12.67
ไม่ได้วางแผนมาก่อน ถูกใจก็ซื้อเลย	226	75.33
ไม่ได้วางแผนมาก่อน ซื้อเมื่อต้องการธรรมะมาช่วยในการแก้ไขสถานการณ์บางอย่าง	15	5.00
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ได้วางแผนมาก่อน ถูกใจก็ซื้อเลย คิดเป็นร้อยละ 75.33 รองลงมาได้แก่ มีการวางแผนบางครั้งคิดเป็นร้อยละ 12.67 มีการคิดไว้ก่อนว่าจะซื้อล่วงหน้าเสมอ คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ ไม่ได้วางแผนมาก่อน ซื้อเมื่อต้องการธรรมะมาช่วยในการแก้ไขสถานการณ์บางอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละครั้ง	4	1.33
เดือนละ 2 ครั้ง	7	2.33
เดือนละครั้ง	26	8.67
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	25	8.33
ไม่แน่ใจแล้วแต่สถานการณ์	238	79.33
รวม	**300**	**100.0**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจ แล้วแต่สถานการณ์ คิดเป็นร้อยละ 79.33 รองลงมาได้แก่ เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.67 น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.33 เดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.33 และ สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.33

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนที่ซื้อต่อครั้ง

จำนวนเล่มที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน 1 เล่ม	186	62.00
จำนวน 2 เล่ม	87	29.00
จำนวน 3 เล่ม	16	5.33
จำนวน 4 เล่ม หรือมากกว่า	11	3.67
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อหนังสือครั้งละ 1 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาได้แก่ ครั้งละ 2 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 29 ครั้งละ 3 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 5.33 และ ครั้งละ 4 เล่ม หรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 3.67

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ซื้อต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท	187	62.33
300-600 บาท	95	31.67
601-900 บาท	7	2.33
มากกว่า 900 บาท	11	3.67
รวม	**300**	**100.00**

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.33 รองลงมา ได้แก่ 300-600 บาทคิดเป็น ร้อยละ 31.67 มากกว่า 900 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.67 และ 601-900 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการหนังสือที่อ่านจบ

การจัดการหนังสือที่อ่านจบ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
เก็บสะสมไว้ที่บ้าน	191	63.67	1
ให้คนอื่นยืมไปอ่านและส่งคืนภายหลัง	100	33.33	2
แจกให้คนอื่นไปอ่านฟรี	43	14.33	3
นำไปบริจาค	28	9.33	4
ขายให้ร้านรับซื้อของเก่าพร้อมหนังสืออื่นๆ	1	0.33	5

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เก็บสะสมไว้ที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 63.67 รองลงมาได้แก่ ให้คนอื่นยืมไปอ่านและส่งคืนภายหลัง คิดเป็นร้อยละ 33.33 แจกให้คนอื่นไปอ่านฟรี คิดเป็นร้อยละ 14.33 นำไปบริจาค คิดเป็นร้อยละ 9.33 และขายให้ร้านรับซื้อของเก่าพร้อมหนังสืออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกผิดหวังต่อหนังสือธรรมะที่เคยซื้ออ่าน

ความผิดหวังต่อหนังสือธรรมะที่เคยซื้ออ่าน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. ผิดหวัง	**194**	**64.67**	**1**
- คุณภาพของเนื้อหาไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง	97	32.33	(1)
- อ่านแล้วงุนงง/สับสน	93	31.00	(2)
- เน้นอิทธิปาฏิหาริย์เกินจริง	68	22.67	(3)
- คุณภาพของเนื้อหาไม่เหมาะสมกับราคาที่สูง	47	15.67	(4)
- ชื่อเรื่องไม่เกี่ยวกับเนื้อหา	40	13.33	(5)
- กระดาษที่ใช้พิมพ์หนังสือมีคุณภาพต่ำ	22	7.33	(6)
- การพิมพ์บางหน้าขาดไป หรือบางหน้ากระดาษยับยู่ยี่มองไม่เห็นตัวอักษร	22	7.33	(6)
- สั่งซื้อแล้วจัดส่งให้ช้า (กรณีสั่งจากสำนักพิมพ์ หรืออินเตอร์เน็ท)	5	1.67	(7)
- อื่นๆ	7	2.33	-
2. ไม่รู้สึกผิดหวังกับหนังสือธรรมะเล่มใดเลย	**106**	**35.33**	**2**

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคิดร้อยละจาก จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน

อื่นๆ ได้แก่ ฆราวาสไม่รู้จริงแล้วนำมาเขียน (1) การใช้ภาษา และการพิสูจน์ตัวอักษรที่ไม่ได้คุณภาพ (1) ไม่น่าจะเป็นคำสอนของพระพุทธเจ้า (1) ไม่เข้าใจเนื้อหา (1) ไม่ชอบหนังสือเกี่ยวกับเปิดโลก สแกนกรรม จิตสัมผัส (1) ราคาแพง (1) มักเขียนวกวนในเรื่องเดิมๆ ขาดความใหม่ในเนื้อหา (1)

จากตารางที่ 21 เมื่อจัดแบ่งเป็นสาเหตุหลัก สามารถจัดได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มผิดหวังกับหนังสือธรรมะที่เคยซื้ออ่าน และ กลุ่มไม่รู้สึกผิดหวังกับหนังสือธรรมะเล่มใดเลย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่มรู้สึกผิดหวัง คิดเป็นร้อยละ 64.67 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน ทั้งนี้สาเหตุหลักที่ผิดหวัง เพราะคุณภาพของเนื้อหาไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง คิดเป็น ร้อยละ 32.33 รองลงมาได้แก่ อ่านแล้วงุนงง/สับสน คิดเป็นร้อยละ 31.00 และเน้นอิทธิปาฏิหาริย์เกินจริง คิดเป็นร้อยละ 22.67 เป็นลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทรรศนะเรื่องแก่นแท้ของพุทธศาสนาว่าคืออะไร

การตอบคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
ทำความดี ละความชั่ว	162	54.00
ทำบุญ ทำทาน	4	1.33
ทำสมาธิ	11	3.67
ถือศีล กินเจ	2	0.67
ดับกิเลส	97	32.33
อื่นๆ	24	8.00
รวม	**300**	**100.00**

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ทำความดีละความชั่วและดับกิเลส (5) ทำความดี ละความชั่ว ทำสมาธิ (1) ละตัวตน (1) นิพพาน (4) การแสวงหาความพ้นทุกข์ (1) การมีสติ (3) รู้เรารู้ตัวตน (1) การตื่นรู้ในปัจจุบันขณะ (1) พิจารณาตนเองด้วยธรรมะ (1) จิตว่างจากนิวรณ์ (1) ดับทุกข์ที่จิต (1) ไม่เวียนว่ายตายเกิด (1) หลักสัจจธรรม (1) ปล่อยวาง (1) ชำระจิตญาณแท้ให้สะอาดบริสุทธิ์ดังเดิม จนสามารถเข้าถึงนิพพานได้ (1)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่าแก่นแท้ของพุทธศาสนาคือ การทำความดี ละความชั่ว คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาได้แก่ ดับกิเลส คิดเป็นร้อยละ 32.33 ทำสมาธิ คิดเป็นร้อยละ 3.67 ทำบุญ ทำทานคิดเป็น ร้อยละ 1.33 และ ถือศีล กินเจ คิดเป็นร้อยละ 0.67 ส่วน อื่นๆ คิดเป็นคิดเป็นร้อยละ 8.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อหนังสือธรรมะ

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ											แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เนื้อหาภายในเล่ม	-	-	-	-	10	3.3	89	29.7	201	67.0	4.64	มากที่สุด
คนเขียน คนแต่ง คนแปล	10	3.3	18	6.0	99	33.0	111	37.0	62	20.7	3.66	มาก
พิจารณารูปแบบปก	20	6.7	34	11.3	136	45.3	82	27.3	28	9.3	3.21	ปานกลาง
ภาพประกอบภายในเล่ม	20	6.7	51	17.0	135	45.0	72	24.0	22	7.3	3.08	ปานกลาง
มีคำนิยม คำชม จากบุคคลต่างๆ	32	10.7	60	20.0	114	38.0	66	22.0	28	9.3	2.99	ปานกลาง
ขนาดของเล่มที่หนา	21	7.0	59	19.7	140	46.7	57	19.0	23	7.7	3.01	ปานกลาง
ขนาดของเล่มที่เล็กกะทัดรัด	8	2.7	35	11.7	119	39.7	96	32.0	42	14.0	3.43	ปานกลาง
สำนักพิมพ์มีชื่อเสียง	43	14.3	65	21.7	124	41.3	56	18.7	12	4.0	2.76	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
คุณภาพของกระดาษ	26	8.7	37	12.3	119	39.7	89	29.7	29	9.7	3.19	ปานกลาง
ปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์	52	17.3	66	22.0	104	22.0	65	21.7	13	4.3	2.74	ปานกลาง
การตั้งชื่อเรื่องที่น่าสนใจน่าติดตาม	13	4.3	20	6.7	93	31.0	105	35.0	69	23.0	3.66	มาก
รวมค่าเฉลี่ย											**3.41**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.41)

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ เนื้อหาภายในเล่ม (4.64) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้แต่ง คนเขียน คนแปล การตั้งชื่อเรื่องที่น่าสนใจ น่าติดตามมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.66)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยปานกลางได้แก่ ขนาดของเล่มที่เล็กกะทัดรัด (3.43) พิจารณารูปแบบปก (3.21) คุณภาพของกระดาษ (3.19) ภาพประกอบภายในเล่ม (3.08) ขนาดของเล่มที่หนา (3.01) มีคำนิยม คำชมจากบุคคลต่างๆ (2.99) สำนักพิมพ์มีชื่อเสียง (2.76) และปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์ (2.74) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ											แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย	
ตั้งราคาได้เหมาะสมกับคุณภาพ	6	2.0	10	3.3	53	17.7	120	40.0	111	37.0	4.07	มาก
ตั้งราคาได้ใกล้เคียงกับราคาหนังสือเล่มอื่นๆ	14	4.7	19	6.3	109	36.3	116	38.7	42	14.0	3.51	มาก
มีการแสดงราคาหนังสือชัดเจน	7	2.3	13	4.3	73	24.3	123	41.0	84	28.0	3.88	มาก
จำหน่ายหนังสือถูกกว่าราคาบนปกหนังสือ	13	4.3	27	9.0	120	40.0	75	25.0	65	21.7	3.51	มาก
รวมค่าเฉลี่ย											3.74	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก (3.74)

โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยมากได้แก่ ตั้งราคาได้เหมาะกับคุณภาพ (4.07) รองลงมาคือมีการแสดงราคาหนังสือไว้ชัดเจน (3.88) และตั้งราคาได้ใกล้เคียงกับราคาหนังสือเล่มอื่นๆ กับจำหน่ายหนังสือถูกกว่าราคาบนปกหนังสือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.51)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ											แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย	
หาซื้อง่ายตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป	1	0.3	9	3.0	41	13.7	123	41.0	126	42.0	4.21	มาก
หาซื้อง่ายตามแผงหนังสือในชุมชน	6	2.0	21	7.0	82	27.3	118	39.3	73	24.3	3.77	มาก
สั่งซื้อได้จากสำนักพิมพ์โดยตรง	27	9.0	56	18.7	124	41.3	59	19.7	34	11.3	3.06	ปานกลาง
สั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต	43	14.3	55	18.3	117	39.0	50	16.7	35	11.7	2.93	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย											**3.49**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.49)

โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยมาก ได้แก่ หาซื้อง่ายตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป(4.21) และหาซื้อง่ายตามแผงขายหนังสือในชุมชน(3.77)

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยปานกลางได้แก่ สั่งซื้อจากสำนักพิมพ์โดยตรง (3.06) และ สั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต (2.93)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะ											แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย	
มีการลดแลกแจกแถม	35	11.7	55	18.3	100	33.3	72	24.0	38	12.7	3.08	ปานกลาง
จัดหนังสือบนชั้นขายดีดึงดูดสายตา	13	4.3	26	8.7	95	31.7	112	37.3	54	18.0	3.56	มาก
ลงโฆษณาในสื่อเช่น ทีวี วิทยุ เคเบิ้ลทีวี ทีวีดาวเทียม	32	10.7	52	17.3	117	39.0	76	25.3	23	7.7	3.02	ปานกลาง
ลงโฆษณาในสื่อออนไลน์ เช่นเว็บไซต์ เว็บบอร์ด เว็บบล็อก โซเชี่ยลมีเดียต่างๆ	28	9.3	53	17.7	125	41.7	74	24.7	20	6.7	3.02	ปานกลาง
มีการแจ้งรายชื่อหนังสือธรรมะที่ออกใหม่ให้ลูกค้าได้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ	19	6.3	39	13.0	103	34.3	97	32.3	42	14.0	3.35	ปานกลาง
มีการแนะนำหนังสือธรรมะเล่มอื่นๆของสำนักพิมพ์ที่ปกด้านหลังของหนังสือ	18	6.0	32	10.7	102	34.0	103	34.3	45	15.0	3.42	ปานกลาง
ออกงานแสดงสินค้าเช่นสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ	15	5.0	31	10.3	102	34.0	98	32.7	54	18.0	3.48	ปานกลาง
มีการแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีชื่อเสียง	17	5.7	37	12.3	122	40.7	94	31.3	30	10.0	3.28	ปานกลาง
แบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อนำไปทำบุญหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	6	2.0	14	4.7	86	28.7	93	31.0	101	33.7	3.90	มาก
รวมค่าเฉลี่ย											**3.34**	**ปานกลาง**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.34)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากได้แก่ แบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อนำไปทำบุญหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม (3.90) และการจัดหนังสือบนชั้นขายดีดึงดูดสายตา (3.56)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางได้แก่ ออกงานแสดงสินค้า เช่นงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ (3.48) มีการแนะนำหนังสือธรรมะเล่มอื่นๆของสำนักพิมพ์ที่ปกด้านหลังของหนังสือ (3.42) มีการแจ้งรายชื่อหนังสือธรรมะที่ออกใหม่ๆให้ลูกค้าได้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ (3.35) มีการแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีชื่อเสียง (3.28) มีการลดแลกแจกแถม(3.08) ลงโฆษณาในสื่อเช่น ทีวี วิทยุ เคเบิ้ลทีวี ทีวีดาวเทียม และลงโฆษณาในสื่อออนไลน์เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด เว็บบล็อก โซเชี่ยลมีเดียต่างๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (3.02)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือธรรมะ และ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

4.1 การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อหนังสือธรรมะ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนเปรียบเทียบทรรศนะเรื่องแก่นพุทธศาสนาจำแนกตามเพศ

เพศ	ทรรศนะเรื่องแก่นพุทธศาสนา					
	ทำความดี ละความชั่ว	ทำบุญ ทำทาน	ทำสมาธิ	ถือศีล กินเจ	ดับกิเลส	อื่นๆ
ชาย	61 (37.65)	3 (75.00)	5 (45.45)	1 (50.00)	49 (50.52)	14 (58.33)
หญิง	101 (62.35)	1 (25.00)	6 (54.55)	1 (50.00)	48 (49.48)	10 (41.67)
รวม	**162 (100)**	**4 (100)**	**11 (100)**	**2 (100)**	**97 (100)**	**24 (100)**

จากตาราง 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ทรรศนะเรื่องแก่นพุทธศาสนาเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มที่ตอบว่า ทำความดี ละความชั่ว และ กลุ่มที่ตอบว่า ดับกิเลส โดยเพศหญิงให้ทรรศนะเรื่อง ทำความดี ละเว้นความชั่ว มีจำนวนมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายและเพศหญิงให้ทรรศนะเรื่อง การดับกิเลส ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนเปรียบเทียบนักเขียน ครูบา อาจารย์ที่ชื่นชอบ จำแนกตามช่วงอายุ

นักเขียน ครูบาอาจารย์	อายุ				
	15-25 (N=124)	**26-35** (N=68)	**36-45** (N=49)	**46-55** (N=40)	**56 ปีขึ้นไป** (N=19)
พุทธทาสภิกขุ	72 (58.06)	50 (73.53)	42 (85.71)	29 (72.50)	13 (68.42)
ปัญญานันทภิกขุ	34 (27.42)	18 (26.47)	16 (32.65)	18 (45.00)	8 (42.11)
พระพรหมฯ (ป.อ.ปยุตฺโต)	13 (10.48)	9 (13.24)	11 (22.45)	16 (40.00)	9 (47.37)
สมเด็จโต พรหมรังสี	49 (39.52)	35 (51.47)	17 (34.69)	18 (45.00)	8 (42.11)
ครูบาศรีวิชัย	58 (46.77)	28 (41.18)	20 (40.82)	27 (67.50)	9 (47.37)
หลวงปู่เสาร์ กันตสีโร	2 (1.61)	4 (5.88)	3 (6.12)	7 (17.50)	1 (5.26)
หลวงปู่มั่น ภูริทัตโต	35 (28.23)	23 (33.82)	13 (26.53)	18 (45.00)	7 (36.84)
หลวงปู่ฝั้น อาจาโร	8 (6.45)	11 (16.18)	8 (16.33)	12 (30.00)	6 (31.58)
หลวงปู่ขาว อนาลโย	11 (8.87)	5 (7.35)	5 (10.20)	11 (27.50)	4 (21.05)
หลวงพ่อชา สุภัทโท	11 (8.87)	13 (19.12)	9 (18.37)	17 (42.50)	5 (26.32)
หลวงปู่แหวน สุจิณโณ	34 (27.42)	25 (36.76)	14 (28.57)	21 (52.50)	7 (36.84)
หลวงปู่จันทา ถาวโร	2 (1.61)	3 (4.41)	1 (2.04)	2 (5.00)	1 (5.26)
หลวงปู่ดุลย์ อตุโล	6 (4.84)	7 (10.29)	6 (12.24)	8 (20.00)	5 (26.32)
หลวงพ่อสด วัดปากน้ำ	8 (6.45)	9 (13.24)	3 (6.12)	10 (25.00)	5 (26.32)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนเปรียบเทียบนักเขียน ครูบา อาจารย์ที่ชื่นชอบ จำแนกตามช่วงอายุ (ต่อ)

นักเขียน ครูบาอาจารย์	อายุ				
	15-25 (N=124)	**26-35** (N=68)	**36-45** (N=49)	**46-55** (N=40)	**56 ปีขึ้นไป** (N=19)
หลวงพ่อเทียน จิตฺตสุโภ	2 (1.61)	3 (4.41)	5 (10.20)	5 (12.50)	3 (15.79)
หลวงพ่อฤาษีลิงดำ	15 (12.10)	14 (20.59)	9 (18.37)	9 (22.50)	4 (21.05)
หลวงปู่ทวด วัดช้างให้	20 (16.13)	19 (27.94)	10 (20.41)	13 (32.50)	8 (42.11)
หลวงพ่อทูล ขิปฺปปญฺโญ	1 (0.81)	0 (0.00)	2 (4.08)	3 (7.50)	1 (5.26)
ท่าน ก. เขาสวนหลวง	1 (0.81)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.50)	1 (5.26)
หลวงตามหาบัว	36 (29.03)	19 (27.94)	10 (20.41)	14 (35.00)	6 (31.58)
พระครูเกษม ธรรมทัต	0 (0.00)	2 (2.94)	1 (2.04)	2 (5.00)	1 (5.26)
หลวงพ่อพุธ ฐานิโย	1 (0.81)	3 (4.41)	5 (10.20)	5 (12.50)	1 (5.26)
หลวงพ่อจรัญ ฐิตธฺโม	12 (9.68)	18 (26.47)	10 (20.41)	13 (32.50)	5 (26.32)
พระพยอม กัลยาโณ	46 (37.10)	10 (14.71)	10 (20.41)	17 (42.50)	6 (31.58)
ท่านคึกฤทธิ์ โสตฺถิผโล	4 (3.23)	1 (1.47)	0 (0.00)	1 (2.50)	0 (0.00)
ว. วชิรเมธี	92 (74.19)	38 (55.88)	31 (63.27)	20 (50.00)	6 (31.58)
พระมหาสมปอง	58 (46.77)	14 (20.59)	13 (26.53)	10 (25.00)	0 (0.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนเปรียบเทียบนักเขียน ครูบา อาจารย์ที่ชื่นชอบ จำแนกตามช่วงอายุ (ต่อ)

นักเขียน ครูบาอาจารย์	อายุ				
	15-25 (N=124)	**26-35** (N=68)	**36-45** (N=49)	**46-55** (N=40)	**56 ปีขึ้นไป** (N=19)
ติช นัท ฮันท์	12 (9.68)	10 (14.71)	9 (18.37)	6 (15.00)	3 (15.79)
อ.สุจินต์ บริหารวนเขตต์	2 (1.61)	0 (0.00)	2 (4.08)	4 (10.00)	2 (10.53)
ฐิตินาท ณ พัทลุง	4 (3.23)	10 (14.71)	6 (12.24)	4 (10.00)	1 (5.26)
แม่ชีศันสนีย์	19 (15.32)	11 (16.18)	6 (12.24)	6 (15.00)	1 (5.26)
แม่ชีทศพร	10 (8.06)	8 (11.76)	4 (8.16)	1 (2.50)	0 (0.00)
ดังตฤน	8 (6.45)	17 (25.00)	11 (22.45)	5 (12.50)	2 (10.53)
ทันตแพทย์สม สุจีรา	16 (12.90)	11 (16.18)	12 (24.49)	7 (17.50)	2 (10.53)
ดร. สนอง วรอุไร	12 (9.68)	11 (16.18)	14 (28.57)	13 (32.50)	3 (15.79)
อื่นๆ	4 (3.23)	4 (5.88)	3 (6.12)	2 (5.00)	0 (0.00)
รวม	**124 (100)**	**68 (100)**	**49 (100)**	**40 (100)**	**19 (100)**

จากตาราง 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุ ชื่นชอบนักเขียน หรือครูบาอาจารย์ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่ม 15-25 ปี อันดับ 1 ได้แก่ ว. วชิรเมธี อันดับ 2 ได้แก่ พุทธทาสภิกขุ อันดับ 3 ได้แก่ ครูบาศรีวิชัย และพระมหาสมปอง

กลุ่ม 26-35 ปี อันดับ 1 ได้แก่ พุทธทาสภิกขุ อันดับ 2 ได้แก่ ว. วชิรเมธี อันดับ 3 ได้แก่ สมเด็จโต พรหมรังสี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่ม 36-45 ปี อันดับ 1 ได้แก่ พุทธทาสภิกขุ อันดับ 2 ได้แก่ ว. วชิรเมธี อันดับ 3 ได้แก่ ครูบาศรีวิชัย

กลุ่ม 46-55 ปี อันดับ 1 ได้แก่ พุทธทาสภิกขุ อันดับ 2 ได้แก่ ครูบาศรีวิชัย อันดับ 3 ได้แก่ หลวงปู่แหวน สุจิณโณ

กลุ่ม 56 ปีขึ้นไป อันดับ 1 ได้แก่ พุทธทาสภิกขุ อันดับ 2 ได้แก่ ครูบาศรีวิชัย และพระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) อันดับ 3 ได้แก่ ปัญญานันทภิกขุ สมเด็จโต พรหมรังสี และหลวงปู่ทวด วัดช้างให้

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนเปรียบเทียบรายได้กับราคาเฉลี่ยหนังสือที่ซื้อต่อครั้ง

รายได้	**ราคาเฉลี่ยหนังสือที่ซื้อต่อครั้ง**			
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 300 (N=187)	**300-600** (N=95)	**601-900** (N=7)	**มากกว่า 900** (N=11)
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	57 (30.48)	26 (27.37)	3 (42.86)	4 (36.36)
10,001-20,000	46 (24.60)	22 (23.16)	1 (14.29)	2 (18.18)
20001-30000	21 (11.23)	17 (17.89)	1 (14.29)	1 (9.09)
มากกว่า 30,000	22 (11.76)	17 (17.89)	1 (14.29)	4 (36.36)
ไม่มีรายได้	41 (21.93)	13 (13.68)	1 (14.29)	0 (0.00)
รวม	**187 (100)**	**95 (100)**	**7 (100)**	**11 (100)**

จากตาราง 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท และกลุ่มซื้อ 300-600 บาท โดยทุกกลุ่มรายได้ซื้อน้อยกว่าหรือเท่ากับ 300 บาทต่อครั้งมากเป็นอันดับ 1 และ 300-600 บาทต่อครั้งเป็นอันดับ 2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบลักษณะหนังสือธรรมะที่เลือกซื้อ กับกลุ่มอาชีพ

ลักษณะหนังสือธรรมะที่เลือกซื้อ	กลุ่มอาชีพ					
	นักเรียน นักศึกษา (N=107)	นักบวช (N=21)	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ (N=54)	แม่บ้าน (N=5)	พนักงานบริษัท/ ร้านค้า (N=41)	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (N=72)
ธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น	60 (56.07)	10 (47.62)	28 (51.85)	4 (80.00)	16 (39.02)	42 (58.33)
ธรรมะสำหรับเด็ก	50 (46.73)	2 (9.52)	13 (24.07)	1 (20.00)	10 (24.39)	24 (33.33)
พระธรรม คำสอน	56 (52.34)	13 (61.90)	42 (77.77)	3 (60.00)	27 (65.85)	51 (70.83)
พิธีกรรม ความเชื่อ	33 (30.84)	2 (9.52)	15 (27.77)	0 (0.00)	11 (26.82)	22 (30.56)
ธรรมเทศนา พระนักเทศน์ฯ	39 (36.45)	13 (61.90)	25 (46.30)	3 (60.00)	16 (39.02)	41 (56.94)
ประวัติ ผลงาน และ ธรรมเทศนาสายพระป่า	13 (12.15)	8 (38.10)	17 (31.48)	1 (20.00)	10 (24.39)	23 (31.94)
งานเขียนจากพุทธศาสนานิกายมหายาน	11 (10.28)	3 (14.29)	6 (11.11)	0 (0.00)	4 (9.75)	9 (12.50)
ธรรมะแนววิทยาศาสตร์	33 (30.84)	6 (28.57)	17 (31.48)	1 (20.00)	5 (12.19)	21 (29.17)
อื่นๆ	2 (1.87)	2 (9.52)	1 (1.85)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.39)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ชื่นชอบหนังสือธรรมะแตกต่างกัน โดยกลุ่ม นักเรียน นักศึกษา ชื่นชอบ ธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น มากเป็นอันดับ 1 ในขณะที่ กลุ่มนักบวช ชื่นชอบพระธรรมคำสอน และ ธรรมเทศนาของพระนักเทศน์นักเขียนชื่อดัง กลุ่มเจ้าของธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระชื่นชอบพระธรรมคำสอน กลุ่มแม่บ้านชื่นชอบธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น กลุ่มพนักงานบริษัทหรือร้านค้าชื่นชอบพระธรรมคำสอน และกลุ่มข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจชื่นชอบพระธรรมคำสอน

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบแหล่งที่ซื้อหนังสือ กับกลุ่มอาชีพ

แหล่งที่ซื้อหนังสือ	กลุ่มอาชีพ					
	นักเรียน นักศึกษา (N=107)	นักบวช (N=21)	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ (N=54)	แม่บ้าน (N=5)	พนักงาน บริษัท (N=41)	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (N=72)
ร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์	32 (29.91)	14 (66.67)	23 (42.59)	3 (60.00)	14 (34.14)	27 (37.50)
ร้านดวงกมลบุ๊คเซ็นเตอร์	28 (26.17)	14 (66.67)	13 (24.07)	2 (40.00)	13 (31.70)	31 (43.06)
ร้านนายอินทร์	19 (17.76)	3 (14.29)	8 (14.81)	0 (0.00)	12 (29.26)	5 (6.94)
ซีเอ็ดบุ๊ค	40 (37.38)	4 (19.05)	23 (42.59)	2 (40.00)	20 (48.78)	25 (34.72)
ร้านหนังสือดอกหญ้า	5 (4.67)	1 (4.76)	3 (5.55)	1 (20.00)	1 (2.43)	6 (8.33)
บีทูเอส	32 (29.91)	0 (0.00)	8 (14.81)	1 (20.00)	8 (19.51)	12 (16.67)
เซเว่นอีเลเว่น	10 (9.35)	4 (19.05)	9 (16.66)	1 (20.00)	3 (7.31)	15 (20.83)
ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.85)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (2.78)
คาร์ฟูร์	3 (2.80)	0 (0.00)	1 (1.85)	0 (0.00)	2 (4.87)	4 (5.56)
ติดต่อซื้อจากสำนักพิมพ์โดยตรง	2 (1.87)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (4.17)
ซื้อผ่านเว็บไซต์ต่างๆ	4 (3.74)	1 (4.76)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (4.17)
ตามแผงหนังสือริมถนน/ ตลาด/แหล่งชุมชน	16 (14.95)	5 (23.81)	5 (9.25)	2 (40.00)	10 (24.39)	13 (18.06)
สวนสันติธรรม (วัดอุโมงค์)	1 (0.93)	0 (0.00)	6 (11.11)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (4.17)
อื่นๆ	9 (8.41)	1 (4.76)	5 (9.25)	1 (20.00)	1 (2.43)	6 (8.33)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ชอบซื้อหนังสือธรรมะแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา นิยม ร้านซีเอ็ดบุ๊ค มากเป็นอันดับ 1 ส่วนกลุ่มนักบวช นิยมร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์ และร้านดวงกมลบุ๊คเซ็นเตอร์ กลุ่มธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระนิยมร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์ และร้านซีเอ็ดบุ๊ค กลุ่มแม่บ้าน นิยมร้านร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์ กลุ่มพนักงานบริษัท นิยมร้านซีเอ็ดบุ๊ค กลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ นิยมร้านดวงกมลบุ๊คเซ็นเตอร์ และ กลุ่มอื่นๆ นิยมร้านสุริวงศ์บุ๊คเซ็นเตอร์ และร้านดวงกมลบุ๊คเซ็นเตอร์

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละเปรียบเทียบลักษณะหนังสือธรรมะที่เลือกซื้อ กับระยะเวลาศึกษาธรรมะ

ลักษณะหนังสือธรรมะที่เลือกซื้อ	ระยะเวลาศึกษาธรรมะด้วยการซื้อหนังสือธรรมะมาอ่าน			
	น้อยกว่า 1 ปี (N=43)	**ประมาณ 1-2 ปี (N=63)**	**ประมาณ 3-4 ปี (N=64)**	**มากกว่า 4 ปี (N=130)**
ธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น	19 (44.19)	**38** (60.32)	39 (60.94)	64 (49.23)
ธรรมะสำหรับเด็ก	**26** (60.47)	18 (28.57)	23 (35.94)	33 (25.38)
พระธรรม คำสอน	13 (30.23)	34 (53.97)	**43** (67.19)	**102** (78.46)
พิธีกรรม ความเชื่อ	22 (51.16)	19 (30.16)	12 (18.75)	30 (23.08)
ธรรมเทศนา พระนักเทศน์ฯ	8 (18.60)	20 (31.75)	33 (51.56)	76 (58.46)
ประวัติ ผลงาน และธรรมเทศนาสายพระป่า	2 (4.65)	8 (12.70)	13 (20.31)	49 (37.69)
งานเขียนจากพุทธศาสนานิกายมหายาน	0 (0.00)	6 (9.52)	5 (7.81)	21 (16.15)
ธรรมะแนววิทยาศาสตร์	3 (6.98)	17 (26.98)	20 (31.25)	45 (34.62)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.56)	5 (3.85)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 32 พบว่าลักษณะหนังสือธรรมะที่เลือกซื้อแตกต่างกันตามระยะเวลาศึกษาธรรมะโดยกลุ่มศึกษาธรรมะน้อยกว่า 1 ปี เลือกธรรมะสำหรับเด็ก เป็นอันดับ 1 กลุ่มศึกษาธรรมะประมาณ 1-2 ปี เลือกธรรมะสำหรับผู้เริ่มต้น กลุ่มศึกษาธรรมะประมาณ 3-4 ปี เลือกพระธรรม คำสอน และกลุ่มศึกษาธรรมะมากกว่า 4 ปี เลือก พระธรรม คำสอน

4.2 การเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

4.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.		
เนื้อหาภายในเล่ม	4.65	0.52	4.62	0.56	0.49	0.62
คนเขียน คนแต่ง คนแปล	3.7	1.03	3.62	0.94	0.67	0.50
พิจารณารูปแบบปก	3.08	1.04	3.32	0.93	-2.16	0.03*
ภาพประกอบภายในเล่ม	2.92	1.04	3.21	0.91	-2.51	0.01*
มีคำนิยม คำชม จากบุคคลต่างๆ	2.86	1.12	3.1	1.08	-1.8	0.07
ขนาดของเล่มที่หนา	2.98	1.05	3.03	0.93	-0.45	0.64
ขนาดของเล่มที่เล็กกะทัดรัด	3.38	1.02	3.47	0.91	-0.87	0.38
สำนักพิมพ์มีชื่อเสียง	2.62	1.14	2.87	0.93	-2.03	0.04*
คุณภาพของกระดาษ	3.02	1.14	3.34	0.96	-2.63	0.10
ปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์	2.58	1.16	2.86	1.05	-2.17	0.03*
การตั้งชื่อเรื่องที่น่าสนใจน่าติดตาม	3.46	1.18	3.81	0.88	-2.88	0.01 *
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวม	**3.33**	**0.57**	**3.48**	**0.47**	**-2.54**	**0.01***

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะของผู้บริโภคจำแนกตามเพศพบว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายละเอียดย่อยรายข้อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 ข้อ ได้แก่พิจารณารูปแบบปก โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ภาพประกอบภายในเล่ม โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย สำนักพิมพ์มีชื่อเสียง โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่า การตั้งชื่อเรื่องที่น่าสนใจน่าติดตามโดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

4.2.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยการตลาดด้านราคาจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.		
ตั้งราคาได้เหมาะสมกับคุณภาพ	3.92	1.06	4.19	0.78	-2.43	0.01*
ตั้งราคาได้ใกล้เคียงกับราคาหนังสือเล่มอื่นๆ	3.39	1.03	3.6	0.9	-1.9	0.05
มีการแสดงราคาหนังสือชัดเจน	3.77	1.03	3.97	0.86	-1.81	0.07
จำหน่ายหนังสือถูกกว่าราคาบนปกหนังสือ	3.37	1.06	3.62	1.04	-2.02	0.04*
ปัจจัยด้านราคารวม	**3.61**	**0.83**	**3.84**	**0.69**	**-2.64**	**0.01***

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลปัจจัยการตลาดด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะของผู้บริโภคจำแนกตามเพศพบว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายละเอียดย่อยรายข้อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ข้อได้แก่ ตั้งราคาได้เหมาะสมกับคุณภาพ โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย และ จำหน่ายหนังสือถูกกว่าราคาบนปกหนังสือโดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.		
หาซื้อง่ายตามร้านหนังสือชั้นนำทั่วไป	4.23	0.87	4.2	0.76	0.37	0.70
หาซื้อง่ายตามแผงหนังสือในชุมชน	3.77	1.04	3.77	0.89	-0.04	0.96
สั่งซื้อได้จากสำนักพิมพ์โดยตรง	2.96	1.17	3.13	1.02	-1.31	0.19
สั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต	2.79	1.25	3.04	1.1	-1.85	0.06
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรวม	**3.43**	**0.84**	**3.53**	**0.71**	**-1.06**	**0.28**

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลปัจจัยการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะของผู้บริโภคจำแนกตามเพศพบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

ปัจจัยด้านช่องการส่งเสริมการตลาด	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.		
มีการลดแลกแจกแถม	2.89	1.22	3.22	1.12	-2.39	0.02*
จัดหนังสือบนชั้นขายดีดึงดูดสายตา	3.38	1.02	3.7	0.99	-2.7	0.01*
ลงโฆษณาในสื่อเช่น ทีวี วิทยุ เคเบิ้ลทีวี ทีวีดาวเทียม	2.9	1.1	3.11	1.05	-1.69	0.09
ลงโฆษณาในสื่อออนไลน์ เช่นเว็บไซต์ เว็บบอร์ด เว็บบล็อก โซเชี่ยลมีเดียต่างๆ	2.92	1.05	3.1	1.01	-1.49	0.13
มีการแจ้งรายชื่อหนังสือธรรมะที่ออกใหม่ให้ลูกค้าได้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ	3.27	1.12	3.41	1.03	-1.09	0.27
มีการแนะนำหนังสือธรรมะเล่มอื่นๆของสำนักพิมพ์ที่ปกด้านหลังของหนังสือ	3.34	1.05	3.48	1.06	-1.14	0.25
ออกงานแสดงสินค้าเช่นสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ	3.32	1.09	3.61	1.01	-2.35	0.01*
มีการแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีชื่อเสียง	3.18	1.07	3.35	0.92	-1.49	0.13
แบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อนำไปทำบุญหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	3.76	1.07	4.01	0.9	-2.11	0.03*
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดรวม	**3.21**	**0.75**	**3.44**	**0.73**	**-2.58**	**0.01***

จากตารางที่36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของอิทธิพลปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือธรรมะของผู้บริโภคจำแนกตามเพศพบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับรายละเอียดย่อยรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 4 ข้อได้แก่ มีการลดแลกแจกแถม โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย จัดหนังสือบนชั้นขายดีดึงดูดสายตา โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ออกงานแสดงสินค้าเช่นสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย แบ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รายได้ส่วนหนึ่งเพื่อนำไปทำบุญหรือช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคมโดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 37 แสดงข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์		
บางครั้งการใช้ภาษาและการพิสูจน์ตัวอักษรไม่ได้คุณภาพ	1	0.33
หนังสือบางเล่มเช่นมิลินทปัญหา ร้านหนังสือหลายที่ชอบหุ้มพลาสติกทำให้ไม่รู้เนื้อหาด้านในตัดสินใจซื้อลำบาก	1	0.33
หนังสือธรรมะควรมีการสอดแทรกอารมณ์ขันไว้ในหนังสือ เช่นการ์ตูน	1	0.33
หนังสือที่มีภาษาบาลี ควรแปลภาษาไทยควบคู่ไปด้วย	1	0.33
หนังสือธรรมะไม่ควรจำกัดความว่า เป็นหนังสือแต่ในพุทธนิกายเถรวาท	1	0.33
อยากให้ผู้แต่งหนังสือธรรมะที่สอนเกี่ยวกับหลักธรรมะที่เป็นแก่นแท้วิเคราะห์แล้วผู้อ่านโดยทั่วไปเข้าใจง่ายๆ เช่น มีการยกตัวอย่างที่เป็นปัจจุบัน	1	0.33
หนังสือธรรมะควรทำเป็นเล่มเล็กๆ กระทัดรัด เขียนอธิบายสั้นๆ รูปเล่มสะดวกในการพกพา	1	0.33
คนแต่งไม่มีความรู้จริง ทำให้สับสน	1	0.33
ไม่อยากให้มีเรื่องปาฏิหาริย์ความเชื่อมากเกินไป	1	0.33
หนังสือในท้องตลาดมีจำนวนมากเกินและบางเล่มไม่มีคุณภาพ	1	0.33
ควรพิจารณาในการเสนอให้กระชับ ตรงประเด็นใช้เวลาไม่มากน่าจะดีที่สุด	1	0.33
เนื้อหาและรายละเอียด สถานที่จริง ในเว็บไซต์จะมีมากกว่าในหนังสือ	1	0.33
ส่วนใหญ่แนวการเขียนเป็นแบบเก็บเก่ามาเล่าใหม่ ผสมนิด ดัดแปลงหน่อย	1	0.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับราคา		
อยากให้จัดทำหนังสือธรรมะในราคาถูก	2	0.66
หนังสือส่วนหนึ่งควรเป็นการกุศล	1	0.33
ถ้าหนังสือธรรมะมีราคาถูกลงจะสามารถซื้อปริมาณเล่มที่มากขึ้น	1	0.33
หนังสือธรรมะควรเป็นหนังสือที่ทำเป็นทาน ควรไม่หวังผลกำไรมากเกินไป ควรตั้งราคาที่ประหยัด เป็นพุทธพาณิชย์ ควรให้ปัญญา	1	0.33
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด		
ธรรมะเป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจ มีคำสอนที่ผิดจากคำสอนของพระพุทธเจ้ามาก การศึกษาธรรมะควรทำหลากหลายรูปแบบไม่เฉพาะแต่อ่านหนังสือธรรมะเท่านั้น อยากแนะนำการสนทนาธรรมกับผู้รู้	1	0.33
อยากให้มีจัดงานธรรมะแห่งปี และนำพระดังๆมาเชียงใหม่	1	0.33
รวม	**20**	**6.66**

จากตาราง 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 ราย จากจำนวน 300 ราย ให้ข้อเสนอแนะ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถาม อยากให้จัดทำหนังสือธรรมะในราคาถูกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.66

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอื่นๆเกี่ยวกับหนังสือธรรมะ

ข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับหนังสือธรรมะ	จำนวน	ร้อยละ
บางครั้งเรื่องทางจิตไม่สามารถถ่ายทอดออกเป็นตัวอักษรได้ หนังสือธรรมะที่ดีคือตอบโจทย์ (จริต) ของผู้อ่านคนนั้นได้ตรงจุด	1	0.33
ความสนใจของผู้อ่านหนังสือธรรม ขึ้นอยู่กับภูมิธรรมที่ปฏิบัติมาว่าอยู่ในระดับ เริ่มต้น ศึกษา ค้นคว้า หรือวิจัยของผู้อ่านเป็นสำคัญ	1	0.33
อยากให้นำธรรมะไปปฏิบัติจริง	2	0.66
ความหมายของหนังสือธรรมะ ครอบคลุมถึงขนาดไหน คนบางคนสนใจธรรมะมากแต่ในเฉพาะกลุ่มของพวกพ้อง จำอ่านเฉพาะหนังสือ หรือ ฟัง MP3 ที่แจกจากกลุ่ม จึงอาจสนใจซื้อหนังสือธรรมะจากแหล่งอื่นๆน้อย	1	0.33
รวม	**5**	**1.66**

จากตาราง 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ราย จากจำนวน 300 ราย ให้ข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับหนังสือธรรมะ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม อยากให้นำธรรมะไปปฏิบัติจริงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.66

ตารางที่ 39 แสดงข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอื่นๆเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้

ข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
สนับสนุนการทำวิจัยงานนี้	2	0.66
แบบสอบถามมีจำนวนมากเกินไป/จำนวนข้อเยอะเกินไป	2	0.66
ควรเพิ่มผลการวิจัยว่า ผลที่ได้รับจากการอ่านหนังสือธรรมะของผู้บริโภคและความพึงพอใจหลังการอ่าน	1	0.33
รวม	**5**	**1.66**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตาราง 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ราย จากจำนวน 300 ราย ให้ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสนับสนุนงานวิจัยนี้เช่นเดียวกับ ให้คำวิจารณ์ว่าแบบสอบถามมีจำนวนมากเกินไป/จำนวนข้อเยอะเกินไป ร้อยละ 0.66 เท่ากัน