

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า สามารถสรุป อภิปรายผลมีข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ลักษณะประชากรของกลุ่มผู้ซื้อ มีปริมาณเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน ลูกค้าที่มาใช้บริการมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี ส่วนใหญ่วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นคนที่ทำงานแล้ว 57.7% ยังไม่ได้ทำงาน 40.5% สำหรับคนที่ทำงานแล้วมีรายได้อยู่ในช่วง 8,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน เป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มที่ยังไม่ได้ทำงาน แต่ก็มีเงินเดือนจากผู้ปกครอง ในช่วง 2,001-4,000 บาท

ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ 65.3% ตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม ลูกค้ากลุ่มรองลงมา 25.8% เป็นกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้ว่าซื้อหนังสืออะไร มีนิสัยในการเลือกชมแบบที่ไม่ชอบการให้คำแนะนำจากพนักงานจนกว่าจะถามเอง ชอบที่จะเดินดูด้วยตนเองก่อนมีปัญหาจึงจะสอบถามจากพนักงานในภายหลัง

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า พบว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยเรียงตามลำดับ ดังนี้ อันดับ 1 คือเรื่องบรรยากาศในร้าน ซึ่งหมายความรวมถึง การจัดตกแต่งภายในร้าน การจัดหน้าร้าน การจัดหมวดหมู่ การโชว์หนังสือ และความสะดวกในการเลือกหาและเลือกซื้อหนังสือ อันดับ 2 คือ ท่าเลที่ตั้งร้าน อันดับ 3 คือความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย อันดับ 4 คือการให้บริการจากพนักงานขาย อันดับ 5 คือการให้บริการเทคนิคการขาย

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด เป็นอันดับ 1 คือจำนวนเงินที่มีอยู่ รองลงมาอันดับ 2 คือ ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวว่าให้รักการอ่านเสมอมา

เมื่อแบ่งผู้ซื้อออกตามลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า แต่ละกลุ่มต่างก็ให้ความสำคัญกับพาดหัวข่าว เป็นอันดับ 1 ในการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์

เมื่อศึกษาการซื้อนิตยสารพบว่า จากลูกค้าทั้งหมด ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับนิตยสารประเภทการเมืองมากที่สุดเป็น 36.4% นอกนั้นก็กระจายกันไปตามความหลากหลายของนิตยสาร การตัดสินใจซื้อนิตยสารให้ความสำคัญกับ ความสวยงามของปก มาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือเนื้อหาเกี่ยวกับที่สนใจ อันดับ 3 คือคอลัมน์ประจำ อันดับ 4 คือ การโปรยข้อความบนปก อันดับ 5 คือ แพนชั่น ภาพสี ประกอบในเล่ม

ศึกษาการซื้อหนังสือฟ็อกเก็ตพบว่า จากลูกค้าทั้งหมด ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับหนังสือฟ็อกเก็ตประเภทเรื่องสั้นเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ประเภทนิยาย แต่ก็มีความใกล้เคียงกันมาก อันดับ 3 คือสารคดี อันดับ 4 คือบริหาร อันดับ 5 คือจิตวิทยา การตัดสินใจซื้อหนังสือฟ็อกเก็ต พิจารณาให้ความสำคัญกับประเภทของหนังสือเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นอันดับ 2 คือ เนื้อหาตรงตามที่ต้องการ อันดับ 3 คือ มีการออกแบบปกที่เด่นสะดุดตา อันดับ 4 คือความน่าเชื่อถือในเนื้อหา อันดับ 5 คือ ชื่นชอบนักเขียน

ศึกษาที่วัตถุประสงค์ในการซื้อ พบว่า ซื้อหนังสือพิมพ์เพื่อ อันดับ 1 คือเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป อันดับ 2 คือ เพื่อฆ่าเวลา อันดับ 3 คือ เพื่อนำความรู้ไปใช้โดยตรงในการศึกษา และ ทั้ง 3 กลุ่มนี้ต่างก็ให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในเรื่องบรรยากาศในร้าน มาเป็นอันดับ 1 เหมือนกัน

สำหรับนิตยสาร อันดับ 1 คือ เพื่อให้เพลิดเพลิน อันดับ 2 คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป อันดับ 3 คือ เพื่อฆ่าเวลา กลุ่มที่ซื้อเพื่อความเพลิดเพลิน และเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไปให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ในเรื่องบรรยากาศในร้านมาเป็นอันดับ 1 แต่กลุ่มที่ซื้อเพื่อฆ่าเวลา ให้ความสำคัญกับ เรื่องทำเลที่ตั้งเป็นอันดับ 1

ศึกษาที่หนังสือฟ็อกเก็ต พบว่า อันดับ 1 คือ เพื่อให้เพลิดเพลิน อันดับ 2 คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป อันดับ 3 คือ เพื่อฆ่าเวลา กลุ่มที่ซื้อเพื่อความเพลิดเพลิน และเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทั่วไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในเรื่อง บรรยากาศในร้าน เป็นอันดับ 1 และกลุ่มที่ซื้อหนังสือฟ็อกเก็ตเพื่อฆ่าเวลา ให้ความสำคัญในเรื่อง การให้บริการจากพนักงานขายมาเป็นอันดับ 1

เมื่อแบ่งผู้ซื้อออกตามลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่แบ่งจากเหตุที่ตัดสินใจเข้าร้าน พบว่า ถูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม ต่างก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ในเรื่อง บรรยากาศในร้าน มาเป็นอันดับ 1 และให้ความสำคัญกับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ในเรื่อง จำนวนเงินที่มีอยู่ เป็นอันดับ 1 ทั้ง 3 กลุ่ม

ตารางที่ 47 สรุปความสัมพันธ์

ตัวแปรต้น	สถานภาพ		ลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการ		ความต้องการ		
	การศึกษา	อาชีพ	เหตุที่ตัดสินใจเข้าร้าน	ความพอใจต่อพนักงานขาย	นสพ.	นิตยสาร	หนังสือที่ออกเกิด
ทำเลที่ตั้ง			*	*	*		
บรรยากาศในร้าน							*
การให้บริการ	*			*	*		
เทคนิคการขาย							
ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย				*		*	*
การให้บริการจากพนักงานขาย				*		*	

P < 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์ตัวแปรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

1. ความต้องการของผู้ซื้อที่มีต่อหนังสือพิมพ์โดยพิจารณาจากความบ่อยในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเกี่ยวกับร้านในเรื่องทำเลที่ตั้ง ที่ $\text{Gamma} = -.032994$ และการให้บริการเทคนิคการขายที่ $\text{Gamma} = -0.46420$ มีจุดน่าสังเกตคือ ค่า Gamma ของทั้ง 2 มีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่ายิ่งผู้ซื้อมีความบ่อยในการซื้อสูง ซึ่งก็คือเป็นลูกค้าประจำหนังสือพิมพ์แล้ว จะให้ความสำคัญกับทำเล และเทคนิคการขาย น้อยลง
2. ความต้องการของผู้ซื้อที่มีต่อนิตยสารโดยพิจารณาจากความบ่อยในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายด้วยค่า $\text{Gamma} = 0.0726$ แสดงว่า หากผู้ซื้อมีความบ่อยในการซื้อสูง ซึ่งก็คือเป็นลูกค้าประจำนิตยสารจึงให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายสูงกว่าผู้ที่มีความบ่อยในการซื้อต่ำ
 และมีความสัมพันธ์กับการให้บริการจากพนักงานขาย $\text{Gamma} = -0.1506$ แสดงว่า ยิ่งมีความบ่อยในการซื้อสูง ซึ่งก็คือลูกค้าประจำ แล้วจะให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการพนักงานขายน้อยลง
3. ความต้องการของผู้ซื้อที่มีต่อหนังสือฟ็อคเก็ต โดยพิจารณาจากความบ่อยในการซื้อ มีความสัมพันธ์กับบรรยากาศในร้าน ด้วย $\text{Gamma} = 0.56051$ แสดงให้เห็นว่ายิ่งเป็นลูกค้าประจำหนังสือฟ็อคเก็ต แล้วสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ บรรยากาศในร้านที่ดี
 และมีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายด้วย $\text{Gamma} = 0.15842$ เปิดให้เห็นว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย ในทิศทางเดียวกัน คือ ยิ่งเป็นลูกค้าประจำเท่าใด ยิ่งคิดว่า ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายมีผลต่อการเลือกไปบริการมากเท่านั้น
4. ระดับการศึกษาของผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กับการให้บริการเทคนิคการขายด้วยค่า $\text{Gamma} = -1.9433$ ค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี ที่มีต่อการให้บริการเทคนิคการขาย มีค่าสูงกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป แสดงว่ายิ่งมีการศึกษาสูงเท่าใด ก็ให้ความสำคัญกับเทคนิคการขายจากทางร้าน น้อยลง
5. ลักษณะพฤติกรรมการเข้ารับบริการที่แบ่งจากเหตุที่ตัดสินใจเดินเข้าร้านมีความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้ง ด้วย $\text{Gamma} = 0.34$ และพบว่า กลุ่มที่เดินเข้าร้านแบบไม่ตั้งใจ แต่บังเอิญผ่าน

ให้ค่าคะแนนเฉลี่ยต่อทำเลที่ตั้งต่ำกว่า กลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการและตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม มีความสัมพันธ์กับการให้บริการจากพนักงานขายด้วย $\text{Gamma} = 0.41$ และพบว่า กลุ่มที่เดินเข้าร้านแบบตั้งใจมาใช้บริการ แต่ไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร ให้คะแนนเฉลี่ยการให้บริการจากพนักงานขายต่ำกว่ากลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการ และตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่ม

6. ลักษณะพฤติกรรมกรให้บริการที่แบ่งจากความพอใจที่มีต่อการปฏิบัติตัวของพนักงานขาย มีความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้งร้าน ด้วย $\text{Gamma} = 0.43921$ พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่พอใจเลือกชมหนังสือด้วยตนเองให้ค่าคะแนนเฉลี่ยต่อทำเลที่ตั้งต่ำกว่ากลุ่มที่พอใจที่จะได้รับคำแนะนำจากพนักงาน

มีความสัมพันธ์กับการให้บริการ เทคนิคการขายด้วย $\text{Gamma} = 0.32345$ และพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่พอใจเลือกชมหนังสือด้วยตนเอง ให้ค่าคะแนนเฉลี่ยต่อการให้บริการเทคนิคการขายต่ำกว่า กลุ่มที่พอใจที่จะได้รับคำแนะนำจากพนักงานขาย

มีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย ด้วยค่า $\text{Gamma} = 0.296071$ ไม่พบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่พอใจเลือกชมหนังสือด้วยตนเอง และกลุ่มที่พอใจที่จะได้รับคำแนะนำจากพนักงานขายแสดงว่า ทั้งสองกลุ่มต่างก็มีความต้องการความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายในระดับที่สูงใกล้เคียงกัน

มีความสัมพันธ์กับการให้บริการจากพนักงานขายด้วย ค่า $\text{Gamma} = 0.4380$ พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยที่มีต่อการให้บริการงานพนักงานขาย กลุ่มที่พอใจเลือกชมหนังสือด้วยตนเองต่ำกว่า กลุ่มที่พอใจที่จะได้รับคำแนะนำจากพนักงานขาย ซึ่งก็สอดคล้องกันว่า กลุ่มที่พอใจจะเลือกชมด้วยตนเองนั้นให้ความสำคัญกับพนักงานน้อยกว่า กลุ่มที่พอใจจะได้รับคำแนะนำจากพนักงานซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการบริการจากพนักงานขายมากกว่า

จากการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 ตารางที่ 41-44 พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- สำหรับหนังสือพิมพ์ กลุ่มผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่แตกต่างกันในเรื่องการให้บริการเทคนิคการขาย ซึ่งพบว่า ยิ่งลูกค้ามีความบ่อยในการซื้อหนังสือพิมพ์สูงขึ้น ยิ่งให้ความสำคัญกับการให้บริการเทคนิคการขายน้อยลง แสดงให้เห็นว่า ถ้าเป็นลูกค้าประจำ ที่อ่านและซื้อหนังสือพิมพ์เป็นประจำแล้ว ไม่ได้มองลึกลงไปว่าซื้อด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ต่างก็ไม่

ให้ความสนใจต่อเทคนิคการขายเท่าใดนัก หากมองจากการแสวงหาข่าวสารของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ประจำ สามารถกล่าวได้ว่า ผู้ซื้อได้ขังนี้หนักแล้วว่าสิ่งที่ตนเองได้รับจากหนังสือพิมพ์นั้นมีคุณค่ามากพอ ที่จะเพิกเฉยต่อเทคนิคการขาย คือถึงอย่างไรก็ซื้อ ถึงทางร้านจะไม่โชว์ให้เห็น แต่ลูกค้าประจำกลุ่มนี้ก็จะถามหา และซื้อโดยไม่ยาก

- สำหรับนิตยสาร กลุ่มผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่แตกต่างกันในเรื่อง ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย ซึ่งพบว่า ยิ่งลูกค้ามีความบ่อยความถี่ในการซื้อสูงมากขึ้น ยิ่งให้ความสำคัญ กับเรื่องความเร็วในการนำมาจำหน่ายมากขึ้นเท่านั้น ฉะนั้นหากทางร้านต้องการจับลูกค้าประจำนิตยสารแล้ว ต้องเพิ่มความรวดเร็วในการวางแผนให้สูงกว่าร้านคู่แข่ง ซึ่งก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า นิตยสารนั้นเมื่ออายุการขายสั้น ราคาที่สูง อีกทั้งยังหลากหลายประเภท นอกจากจะเพิ่มความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายแล้ว เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ ซึ่งพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อนิตยสารจากความเด่น สวยงามของปก ทางร้านจะต้องโชว์ทันทีที่หนังสือใหม่เข้ามาแผง โดยดูอายุการขายของหนังสือเป็นสำคัญด้วย นิตยสารรายสัปดาห์ จะมีอายุการขายสั้นที่สุด ฉะนั้นต้องอ่อนไหวเป็นพิเศษ ยิ่งถ้ามีราคาสูงต้องโชว์ให้เห็น เพื่อกระตุ้นขายให้เร็ว ช่วงที่เปิดโอกาสการขายมากที่สุดคือช่วงที่หนังสือมาถึงแผงใหม่ ๆ หลังจากนั้นยิ่งนานออกไปก็จะยิ่งขายได้ช้าลง เพราะว่าลูกค้าประจำจะได้หนังสือที่ตนต้องการแล้ว โอกาสในการขายคงจะเกิดกับลูกค้าขาจรมากกว่า

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อบัจจัยการให้บริการจากพนักงานขายแตกต่างกัน โดยยังเป็นลูกค้าประจำนิตยสาร ยิ่งให้ความสำคัญกับบริการจากพนักงานขายน้อยลง ฉะนั้นหากทางร้านจะดึงลูกค้าไม่ประจำให้กลายเป็นลูกค้าประจำ ทางร้านจะต้องเอาใจใส่ลูกค้าขาจรให้ดี เช่น พนักงานอาจจะต้องคอยบริการ และสังเกตว่าลูกค้าใหม่ต้องการอะไร การเลือกหาหนังสือของลูกค้าใหม่จำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือ แต่สำหรับลูกค้าประจำนั้น จะเน้นในเรื่องหนังสือมาถึงแล้วหรือยัง หมดยังหรือยัง เรื่องจำเป็นของทางร้าน คือ คอยนับยอดลูกค้าประจำ เพื่อให้หนังสือมีเพียงพอแก่ลูกค้าประจำ เมื่อขาประจำเพิ่ม ก็เพิ่มยอดหนังสือ

- สำหรับหนังสือพ็อคเก็ต กลุ่มผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่แตกต่างกันในเรื่องบรรยากาศในร้าน ซึ่งพบว่ายิ่งมีความบ่อยในการซื้อสูง ก็จะยิ่งให้ความสำคัญแก่บรรยากาศในร้าน ว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งหมายถึงว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับการจัดโชว์ ความสะดวกในการเลือกซื้อ นอกจากนี้ยังแตกต่างกันในเรื่อง ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย พบว่า ยังมี

ความบ่อยในการซื้อสูงก็จะยิ่งให้ความสำคัญ กับความเร็วในการนำมาจำหน่ายมากขึ้น วิธีบริการลูกค้ากลุ่มนี้คือ ทางร้านควรส่งข่าวสารให้ลูกค้าทราบเสมอว่า มีหนังสือพ็อคเก็ตที่ใหม่ มาถึงที่ร้านแล้ว โดยระบุประเภทหนังสือ ราคาหนังสือ ผู้แต่ง และทางร้านก็จัดโชว์ในจุด หนังสือใหม่ ให้เด่นสะดุดตาสักระยะ เพื่อรองรับลูกค้าที่ติดตามหนังสือพ็อคเก็ตเป็นประจำ หลังจากนั้นจึงนำเข้ามาหมวดปกติ

กลุ่มผู้ซื้อที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันในเรื่องการศึกษา (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าคือระดับปริญญาตรี ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับการให้บริการเทคนิคการขายที่ต่ำกว่า กลุ่มที่การศึกษาต่ำกว่า คือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ฉะนั้นเป็นข้อมูลที่ทางร้านจะต้องนำไปประกอบการจัดการให้บริการ เทคนิคการขายเพื่อให้มีประสิทธิภาพ จึงต้องดูด้วยว่าลูกค้าเป็นคนกลุ่มใด การซื้อเพื่อหวังของแถม หวังลดราคา หวังแลกซื้อ หรือสะสมยอด จึงเป็นผลพลอยได้มากกว่าสำหรับกลุ่มที่มีคุณวุฒิที่จะคิดได้ว่า การที่ตนเองตัดสินใจที่จะซื้อหนังสือแล้วนั้น หากทางร้านเชิญชวนให้ซื้อเพิ่มเพื่อจะได้ของแถมราคาสูง ที่ต้องเพิ่มเงินอีกด้วยเล็กน้อยว่าจะคุ้มหรือไม่ จำเป็นขนาดไหนกับของแถมที่ทางร้านเชิญชวนไว้ การวางแผนเทคนิคการขายกลายเป็นเรื่องทีละเอียดย่อยมากสำหรับลูกค้าหนังสือ เนื่องจากเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพพอที่จะคำนวณความได้เปรียบ เสียเปรียบได้

จากการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2 (ตารางที่ 45-46) พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการที่มีลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีเหตุตัดสินใจเข้าร้านแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่แตกต่างกันในเรื่อง ทาเลที่ตั้ง คือ กลุ่มไม่ตั้งใจเข้าร้านจะให้ความสำคัญกับทาเลนน้อยกว่า กลุ่มที่ตั้งใจจะมาใช้บริการ ซึ่งก็แน่นอนว่ากลุ่มที่ตั้งใจมาย่อมนึกถึงร้านที่คิดว่าสะดวกที่สุดสำหรับตนเอง

ทาเลที่ได้ข้อน่าสังเกตว่า การที่ร้านจะมีลูกค้าประจำให้มากได้นั้น ในพื้นที่รอบ ๆ ร้านจะต้องมีทาเลที่ดี มีผู้คนอาศัยอยู่มาก หรืออยู่ในแหล่งชุมชน เพราะว่าจะมีผลต่อการมาใช้บริการในครั้งต่อไปของลูกค้า หากร้านอยู่ไกลจากแหล่งชุมชน ร้านก็จะได้ขาประจำน้อย

ผู้ให้บริการที่มีเหตุตัดสินใจเข้าร้านแตกต่างกันให้ความสำคัญ เรื่องการให้บริการ จากพนักงานขายที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่ตั้งใจมาใช้บริการแต่ไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไร ให้ความสำคัญกับการให้บริการจากพนักงานขายที่ต่างจากกลุ่มที่ตั้งใจมาซื้อหนังสือ เฉพาะเล่ม เนื่องจาก กลุ่มที่ตั้งใจมาซื้อหนังสือเฉพาะเล่มนั้นมีความคาดหวังว่าจะได้สินค้า กลับไป ฉะนั้นย่อมต้องการความสะดวก ความคล่องในการเลือกหนังสือจากพนักงานมากกว่า พนักงานจึงควรมีคุณภาพพอที่จะแนะนำและให้ความสะดวกแก่ลูกค้าได้ ส่วนกลุ่มที่ตั้งใจมาซื้อแต่ ยังไม่รู้จะซื้อหนังสืออะไรนั้น ย่อมต้องการความเป็นอิสระในการเลือกสินค้าสูง พนักงานไม่ควร ครอบงำลูกค้ากลุ่มนี้

เมื่อ जानักผู้ให้บริการตามความพอใจที่มีต่อการปฏิบัติตัวของพนักงานที่แตกต่างกัน ได้พบว่าให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่เกี่ยวข้องกับร้านจำหน่ายหนังสือที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ที่แตกต่างกัน ในเรื่องทำเลที่ตั้ง พบว่ากลุ่มที่ต้องการเลือกชมเอง ให้ความสำคัญกับทำเลที่น้อยกว่ากลุ่มที่ชอบได้รับการแนะนำจากพนักงาน

กลุ่มที่เลือกชมเองให้ความสำคัญในเรื่องเทคนิคการขายน้อยกว่ากลุ่มที่ชอบให้พนักงาน แนะนำ ก็คงจะเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มที่ชอบเลือกชมเอง ก็คือ กลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และอาจจะ เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่า ดังที่กล่าวมาแล้วในตอนต้น จึงให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการ เทคนิคการขายที่ไม่สูงนัก

และยังพบอีกว่ากลุ่มที่เลือกชมเอง ให้ความสำคัญกับการให้บริการเทคนิคการขายที่ น้อยกว่ากลุ่มที่ชอบให้พนักงานแนะนำ ซึ่งก็สอดคล้องกันแน่นอน เมื่อไม่ชอบให้พนักงานแนะนำ ก็ย่อมให้ความสำคัญกับพนักงานขายไม่สูง

การแสวงหาข่าวสาร

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สอดคล้องกับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร หากลูกค้าจะ ตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร แล้วต้องลงทุนลงแรงนั้น นอกจากจะต้องพิจารณาจากความต้องการ ของตนเองเป็นหลักแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาร่วมในการเลือกตัดสินใจลงทุนลงแรงในการ แสวงหาข่าวสารอีกเช่นกัน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ อาจจะเข้ามามีส่วนสนับสนุน ทำให้เกิดน้ำหนัก

เพิ่มขึ้น ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น หรืออาจจะเข้ามาบ่นทอนทักให้ลดโอกาสในการตัดสินใจลงไป ซึ่งปัจจัยต่างเหล่านี้ ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือข่าวสารนั้นด้วย

สิ่งที่ทางร้านจำหน่ายหนังสือควรจะปฏิบัติ ก็คือ สร้างปัจจัยต่าง ๆ ขึ้นมา เมื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เป็นการช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าการที่จะมาซื้อหนังสือหรือมาแสวงหาข่าวสารข้อมูลจากหนังสือ ที่ร้านจำหน่ายหนังสือนั้น ไม่ต้องลงทุนลงแรงมากนัก

อภิปรายผล

บรรยากาศในร้าน

บรรยากาศในร้าน อันได้แก่ การมีแสงสว่างเพียงพอ จัดร้านอย่างเป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 ซึ่งก็สอดคล้องกับงานของ ประดิษฐ์พรณ วรพันธ์ ที่ว่าการจัดโชว์ มีผลต่อการหยิบอ่าน และยืมออกไปอ่านในห้องสมุดขนาดกลางและขนาดใหญ่

สำหรับเรื่องการจัดแผงหน้าร้าน น่าจะมีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นหญิงมีงานมากกว่าชาย แต่ไม่มากนัก ยังถือว่าใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี เป็นกลุ่มวัยรุ่น เป็นคนที่ทันสมัย มีการศึกษา หนังสือที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ หนังสือการเมือง รองลงมาก็เป็นพวกหนังสือบันเทิง เช่น การ์ตูน แฟชั่นสตรี และผู้หญิง แผงหน้าร้านจึงควรโชว์หนังสือสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เด่น และพนักงานขายก็ควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีโอกาสเปิดเลือกดูเนื้อหาในด้านในบ้าง ถ้าเกรงว่าหนังสือจะชำรุดน่าจะมีการจัดหนังสือที่ยอมและโชว์ไว้ให้หยิบอ่านดูได้สัก 1 เล่ม เพราะอย่างไร ลูกค้าก็ย่อมต้องการเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเพื่อต้องการเพิ่มพูนความรู้ หรือนำไปใช้โดยตรงในเรื่องการศึกษาและการงาน สำหรับหนังสือพิมพ์บนแผงหน้านั้น ควรปรับวิธีการจัดเรียงให้พาดหัวข่าวเด่นที่สุด เนื่องจากพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อจากพาดหัวข่าว การจัดเรียงควรจะให้หนังสือพิมพ์วางซ้อนเกยกัน ฉบับต่อฉบับ จากบนลงล่าง มองผ่านไปบนแผงภาพรวม ๆ คือ ลูกค้าสามารถมองเห็นพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์เกือบทุกฉบับ และเห็นนิตยสารที่ปกเด่น เป็นหนังสือใหม่ที่เพิ่งมาถึงแผง

การจัดบรรยากาศในร้าน ควรมีมุมหนังสือใหม่ ที่เปิดโอกาสให้กับหนังสือใหม่ได้ขายตนเองอย่างเต็มที่สักพัก เพื่อรองรับลูกค้าประจำที่มาใช้บริการทางร้าน จะได้เลือกชมหนังสือ

ใหม่ ๆ โดยที่ไม่เสียเวลาในการเดินทาง เพราะที่ร้านมีมุมมองสื่อใหม่ไว้บริการอยู่แล้ว และทางร้านจะได้ประโยชน์จากมุมมองสื่อใหม่ คือได้รู้ว่าหนังสือเล่มไหนขายดี เพื่อวางแผนในการสั่งหนังสือเข้ามาสำรองได้ทันเวลา หากหนังสือที่ขายดีที่ร้านเราก็มักจะขายดีที่อื่นเช่นกัน เมื่อหมดก่อนแล้วจึงสั่งบางครั้งอาจล่าช้าไป เมื่อสั่งซ้ำอีกครั้งกว่าจะได้หนังสือ ลูกค้าที่ร้านอาจจะไปซื้อที่อื่นแล้วก็ได้ ดังเช่นสถานการณ์เมื่อครั้งหนังสือพระราชนิพนธ์แปลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่องนายอินทร์ และเรื่องดิโตะ ออกวางจำหน่าย หนังสือหมดลงอย่างรวดเร็วทั้งที่ร้านจำหน่ายหนังสือและที่สำนักพิมพ์ คือสรุปแล้วต้องรอพิมพ์ซ้ำ อันนี้อาจจะเป็นเพราะมีบางร้านที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าและสั่งหนังสือในปริมาณมากเกินส่วนใหญ่ หนังสือจึงหมดเร็วมากและเป็นหนังสือที่มีคุณค่าราคาไม่สูงนัก ลูกค้าที่รอพิมพ์ซ้ำ ส่วนใหญ่ในตอนนั้นจึงต้องลงชื่อในใบจองหนังสือของร้านจำหน่ายหนังสือ และบางร้านให้ลูกค้าจ่ายเงินเลยแล้วจัดส่งให้ถึงบ้าน สถานการณ์ในตอนนั้น หากร้านจำหน่ายหนังสือรับมือไม่ทัน อาจจะต้องเสียลูกค้าไปได้

การจัดหมวดหมู่ในร้านนั้น ก็ต้องสอดคล้องกับวิธีการเลือกซื้อ และความสนใจของลูกค้าด้วย ดังเช่น ที่พบว่าลูกค้าต่างจังหวัดให้ความสนใจกับนักเขียนน้อยมาก แต่ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับประเภทของหนังสือและเนื้อหาตรงตามที่ต้องการไปเชื่อถือ และหมวดที่ลูกค้าสนใจคือบันเทิง ฉะนั้นการจัดหมวดหนังสือที่มีโอกาสจะขายได้มากอย่างบันเทิงน่าจะยอมมาพื้นที่ในการโชว์มีมากกว่าหนังสือประเภทอื่น

ทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 จากการสำรวจพบว่าทำเลมีผลต่อลูกค้าประมาณมากกว่า ถ้าหากว่าร้านจำหน่ายหนังสือตั้งอยู่ในจุดที่สะดวก เดินทางง่าย ซื้อง่าย ก็เป็นข้อได้เปรียบที่จะทำให้ลูกค้า วกกลับมาอีกครั้งในโอกาสต่อไป เมื่อจะซื้อหนังสือก็จะนึกถึงที่ร้านที่สะดวกและใกล้ที่สุด ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าทำเลไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยตรงทีเดียว แต่ทำเลมีผลต่อการตัดสินใจที่จะมาใช้บริการ การพิจารณาเลือกเปิดร้านหนังสือจึงควรจะทำให้ความสนใจกับทำเลด้วย การมีทำเลที่ดีกว่าทำให้ร้านมีโอกาสดูขายหนังสือแก่ลูกค้าทั้งประเภทลูกค้าประจำและลูกค้าขาจร และลูกค้าขาจรก็มีโอกาสจะเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าประจำได้ไม่ยาก

ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย

ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 แต่เมื่อเจาะลึกลงไปพบว่าลูกค้านิยตยสาร และหนังสือที่ออกเกิดที่เป็นลูกค้าประจำ ให้ความสำคัญกับเรื่องความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายมาก หมายความว่า หนังสือมาถึงก่อนร้านอื่นมากเท่าใด ลูกค้าก็พอใจซื้อมากเท่านั้น

การปรับปรุงในส่วนของหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่แผงหน้าร้าน ทางร้านควรจะปรึกษากับเอเยนต์เจ้าของพื้นที่ ที่ทางร้านติดต่อรับหนังสือมาจำหน่าย ถ้าหากพบว่าหนังสือปกเกิดที่มาล่าช้า ผิดปกดีกว่าเขตพื้นที่อื่น จะได้หาทางแก้ไข แต่สำหรับในพื้นที่เดียวกันแล้ว ร้านแต่ละร้านต้องแข่งขันความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายกันเอง ก็เป็นหน้าที่ของทางร้านที่จะต้องวางแผนการจัดเวรรับหนังสือให้แก่พนักงานของทางร้าน ที่มีหน้าที่รับหนังสือ ให้ความสำคัญคล่องตัว ตรงต่อเวลา กระตือรือร้นสูง ความแม่นยำในการรักษาจำนวนยอดหนังสือของลูกค้าประจำก็เป็นสิ่งสำคัญ หากพนักงานที่ไปรับหนังสือจากเอเยนต์สามารถที่จะตรวจสอบได้ทันทีในตอนนั้นว่าหนังสือที่เอเยนต์กระจายให้ ถูกต้องตามยอดที่เคยแจ้งไว้ หรือเคยได้รับหรือไม่ และแจ้งทันทีที่พบว่าหนังสือไม่ครบ ตามที่เคยได้รับและพยายามอย่าให้ยอดขายหายไป จะทำให้ไม่เสียลูกค้าประจำที่ติดตามหนังสือจากร้านตน หากพนักงานไม่แม่นยำ บางครั้งเมื่อมาตรวจสอบพบในภายหลัง เนื่องจากการทำงานของเอเยนต์บางที่อาศัยระบบครอบครัว การทำงานบางครั้งไม่มีความแน่นอนและเป็นระบบ ทางพนักงานของทางร้านที่มารับไปจำหน่ายไม่ตรวจยอด เอเยนต์จะให้เท่าใดก็รับเท่านั้น ถ้าทางร้านจะกลับมาเพิ่มยอดในภายหลัง ก็อาจจะไม่มีหนังสือแล้วก็ได้ เพราะหนังสือถูกกระจายไปขายจนหมดแล้ว ถึงแม้จะเกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวกับร้านจำหน่ายหนังสือ แต่ผลกระทบคือลูกค้าขาดความเชื่อถือ ไม่ตรงต่อเวลา การที่ร้านเราไม่มีหนังสือแต่ร้านอื่นมี หมายความว่าที่ร้านเราขาดศักยภาพในเรื่องความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายในสายตาของลูกค้า ก็คือเสียลูกค้าไป

ในส่วนของหนังสือที่ออกเกิด ความรวดเร็วในการนำมาจำหน่ายมีเงื่อนไขหลายอย่างเข้ามาขัดขวาง เช่น กระบวนการขนส่ง การรอบรรจุให้เต็มลังก่อนส่ง และความล่าช้าของการทำงานของฝ่ายจัดส่งของบริษัทจัดจำหน่าย สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่ทางร้านต้องคอยให้ข้อมูลแก่จัดจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา หากพบเห็นหนังสือใหม่ที่อื่น แต่ที่ร้านตนเองไม่มี หรือมาถึงที่ร้านช้ามาก และมีลูกค้ามาถามหาหนังสือแล้ว ทางร้านต้องคอยติดตาม เนื่องจากลูกค้าที่มาถามหาหนังสือคือ

ลูกค้าที่มีความพร้อมที่จะซื้อ เมื่อมาถามแล้วว่ามีหนังสือที่ต้องการ ถ้าลูกค้าไปพบหนังสือที่ต้องการที่ร้านอื่น แน่แน่นอนว่าต้องซื้อทันที นั่นคือ ทางร้านจะเสียลูกค้าประจำไป และจะเกิดการเปรียบเทียบกันว่าร้านไหนรวดเร็วกว่า ครอบคลุมกว่า การตรวจสอบความล่าช้าในการส่งนั้น สามารถตรวจได้จากบิลที่ทางบริษัทจัดจำหน่ายออกบิลสินค้าให้ทางร้านโดยดูที่วันที่ออกบิลสินค้า และตรวจสอบจากวันที่สินค้ามาถึงร้าน ซึ่งก็จะพบว่าล่าช้าเพราะว่าการขนส่ง หรือล่าช้าเพราะฝ่ายจัดส่ง เนื่องจากบิลของผู้ขนส่ง จะระบุวันที่มีการรับฝากส่งสินค้า หากพบว่าล่าช้าเพราะการขนส่ง ทางร้านสามารถแจ้งทางบริษัทจัดจำหน่ายให้เปลี่ยนขนส่งได้ แต่ถ้าพบว่าล่าช้าเพราะการจัดส่งของฝ่ายจัดส่ง ทางร้านสามารถแจ้งทางฝ่ายจัดจำหน่ายของบริษัทจัดจำหน่าย ให้ตรวจสอบและแก้ไขได้ เพราะทางร้านขาดโอกาสในการขายไป ซึ่งเป็นสิทธิที่ทางร้านจะทำได้ ซึ่งทางบริษัทจัดจำหน่ายก็จะได้ทราบประสิทธิภาพในการจัดส่งหนังสือของตนเอง

การให้บริการจากพนักงานขาย

การให้บริการจากพนักงานขาย เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอันดับ 4 จากการศึกษา พบประเด็นที่น่าสนใจคือ การให้บริการจากพนักงานขายแก่ลูกค้านั้น พฤติกรรมที่พนักงานขายปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นเรื่องที่อ่อนไหวต่อลูกค้ามาก การให้บริการที่มากเกินไป ลูกค้าก็ไม่ต้องการและเกิดความรำคาญได้ จะพบว่า จากตารางที่ 7 การให้คำแนะนำในการซื้อสินค้าเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการน้อยที่สุด ในขณะที่สิ่งที่ลูกค้าต้องการคือ การมีอัธยาศัยดี และมีความแม่นยำในการแนะนำหนังสือ

ลูกค้าส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะเลือกชมสินค้าก่อน และต้องการความเป็นอิสระในการเลือกซื้อ ทางร้านควรปรับปรุงพฤติกรรมพนักงาน โดยลดพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าเกินความจำเป็น ยกเว้นลูกค้าต้องการ เช่น กลุ่มที่ตั้งใจมาซื้อหนังสือจะต้องการได้รับคำแนะนำจากพนักงานมากกว่ากลุ่มที่ตั้งใจมาแต่ยังไม่รู้จะซื้ออะไร และกลุ่มที่ไม่ตั้งใจมาใช้บริการแต่บังเอิญผ่านก็ต้องการได้รับคำแนะนำจากพนักงานมากกว่ากลุ่มที่ตั้งใจมาแต่ยังไม่รู้จะซื้ออะไร เมื่อทางร้านลดพฤติกรรมพนักงานแล้ว ควรจะให้ความสนใจกับวิธีการอื่นแทน ได้แก่ การแนะนำหนังสือ โดยที่นำมาให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณรอบคอบ และขาดความเป็นอิสระในการเลือกซื้อ จนเกิดความรำคาญ โดยวิธีดังนี้

1. การโฆษณา โดยใช้การเขียนป้ายแนะนำหนังสือเล็ก ๆ เสียบบนที่หนังสือ บอกจุดเด่นเรื่องน่าสนใจจากหนังสือ

2. ทนายอर्डแนะนำหนังสือ เช่นเดียวกับที่ห้องสมุดหลายแห่งทำ โดยอาจจะใช้บทความที่วิจารณ์หนังสือที่น่าสนใจ จากนักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงที่ปรากฏตามหน้านิตยสารต่าง ๆ เพื่อสร้างจุดขายให้กับหนังสือ และพนักงานต้องสามารถตอบคำถามได้เกี่ยวกับหนังสือที่ทางร้านแนะนำไว้

3. โฆษณา ณ จุดขายที่เคาน์เตอร์ ด้วยความสุภาพ โดยการกระจายเสียงอาจจะใช้เฉพาะช่วงที่มีกิจกรรมที่ร้าน

สำหรับการขายที่แผงหน้าร้านนั้น พนักงานควรจะต้องจูงใจลูกค้าได้ และคอยให้บริการในเรื่องความรวดเร็ว การดูแลสินค้าก็ควรจะเป็นไปโดยสุภาพให้เกียรติลูกค้า ไม่หวงสินค้าจนเกินไป

การให้บริการเทคนิคการขาย

การให้บริการเทคนิคการขาย พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญเป็นอันดับ 5 จากตารางที่ 7 ทำให้ทราบว่าเรื่องที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องการให้บริการเทคนิคการขาย คือ การให้ส่วนลดในฐานะสมาชิก ส่วนเรื่องอื่น ๆ นั้น พบว่าไม่เด่นเท่าที่ควร

จุดที่น่าสนใจคือ จากตารางที่ 44 ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับเทคนิคการขายน้อยกว่า ลูกค้าที่การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ฉะนั้นหากจะมีการจัดกิจกรรมในด้านเทคนิคการขาย ควรจะมุ่งประกอบเรื่องการศึกษาของลูกค้าเข้ามาเป็นองค์ประกอบ และช่วยชี้แนวทางในการวางแผนด้วย การลดแลก คือต้องลดจริง แลกได้คุ้มค่าจริง ๆ อย่านำลูกค้าต้องมีความรู้สึก ว่า ถูกหลอกให้จ่ายเงินเพิ่ม ควรจะมีความจริงใจในเรื่องนี้ต่อลูกค้า และยังเป็น การลดความรู้สึกกังวลในเรื่องเงินอีกด้วย เมื่อทางร้านมีกิจกรรมใหม่ ๆ ควรจะแจ้งข่าวสารให้แก่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกได้ทราบ เนื่องจากว่าลูกค้าที่เป็นสมาชิกคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนที่สุด มีความเป็นไปได้นในการที่จะซื้อสูง ทางร้านจากฝ่ายหนังสือไม่ควรมองข้ามในจุดนี้

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับสำนักพิมพ์ และบริษัทจัดจำหน่าย ควรจะพิจารณาในเรื่องทำเลที่ตั้ง ของร้านก่อนจะตัดสินใจอนุมัติให้ดำเนินการรับหนังสือไปจำหน่าย เพราะทำเลที่ตั้ง มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาซื้ออีกครั้ง ซึ่งก็คือ การจะได้ลูกค้าประจำนั่นเอง

2. สำนักพิมพ์ และบริษัทจำหน่าย ควรจะออกตรวจตลาด ให้คำแนะนำและรับฟังปัญหาจากทางร้านกลับมาพิจารณา เพื่อช่วยวางแผนการตลาดด้วย ตลาดที่แตกต่างกัน ก็มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน หากพบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ อาจจะได้มีการวางแผนการจำหน่ายได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น
3. สำนักพิมพ์ และฝ่ายจัดจำหน่ายนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ควรจะออกพบปะลูกค้ารายย่อยบ้าง เพราะคำแนะนำจากลูกค้ารายย่อย อาจจะเป็นประโยชน์ต่อฝ่ายจัดจำหน่ายที่จะนำไปแนะนำเอเยนต์ในพื้นที่นั้น ๆ ได้ ดีกว่าจะปล่อยให้เอเยนต์ ที่จำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสาร เป็นฝ่ายทดลองอยู่เพียงลำพัง ซึ่งอาจจะมีเอเยนต์ในพื้นที่ ที่ดำเนินการแบบไม่หวังจะเติบโตทางการตลาด
4. ร้านจำหน่ายหนังสือควรจะทำให้ความสำคัญกับการจัดร้านให้มากขึ้น เทคนิคการจัดร้านต้องพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก และก็ต้องดูพื้นที่ใช้สอยในร้านด้วย
5. ร้านจำหน่ายหนังสือ ควรจะร่วมวางแผนการขายกับฝ่ายจัดจำหน่ายในเรื่องการลดความรู้สึกกังวลในเรื่องการเงินของลูกค้า อาจจะต้องมีการสำรวจว่าช่วงเวลาที่ลูกค้าอ่อนไหวในเรื่องเงินมากที่สุด ช่วงนั้นต้องแก้ไขโดยการจัดกิจกรรมรับมือกัน เพื่อประคองยอดการขายไม่ให้ตก
6. ควรจะมีการสำรวจเรื่อง เทคนิคการขายหนังสือในปัจจุบัน ว่ามีความเป็นไปอย่างไร โดยอาจจะนำเทคนิคการขายใหม่ ๆ จากตลาดสินค้าประเภทอื่นมาประยุกต์ใช้กับหนังสือ แล้วใช้การสำรวจแบบทดลองว่า เมื่อใช้แล้วประสบความสำเร็จหรือไม่ เพื่อจะได้มีการพัฒนาตลาดการขายให้ขยับรุดหน้าไปมากกว่านี้
7. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อจริงหรือไม่ เพราะในปัจจุบันร้านหนังสือในกรุงเทพมหานคร มีการส่งเสริมการขาย ณ จุดขายกันมาก ประกอบกับร้านหนังสือนั้น ก็เป็นร้านที่มีคุณภาพในการบริการอยู่ในเกณฑ์สูงอยู่แล้ว การที่ร้านมียอดจำหน่ายสูง จึงไม่สามารถรู้ได้ว่ามาจากจุดใดกันแน่ มาจากการส่งเสริมการขาย ณ จุดขายหรือไม่ซึ่งก็ต้องวัดจากคำตอบที่ผู้ให้บริการมาให้
8. ควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงเจาะลึกนักเขียนว่าแนวการเขียน ก่อนเขียนนั้น มีการให้องค์ประกอบใดลงไปเพื่อหวังผลทางการตลาดบ้างหรือไม่ และสำรวจจากงานเขียนที่

ยอดชายสูงว่า มีลักษณะพิเศษใดที่แตกต่างจากฉบับอื่น จึงทำให้มียอดจําหน่ายสูงเพื่อจะสามารถ
นำมาเป็นแนวทางเพื่อการจัดจําหน่ายได้ ตรงเป้าหมายมากขึ้น

9. ควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านเทคนิคการตลาดในด้านสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในด้าน
กระบวนการผลิต และด้านกระบวนการจัดจําหน่าย สำหรับองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประสบความสำเร็จ
ด้านการตลาด