



การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์แบดมินตัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี  
และทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีก

Customer Segmentation by decision making process of badminton equipment  
in Suratthani and Retailing Mix

กฤษฎ์ณัฐ แง้เจริญกุล<sup>1</sup> และ ปราณี เอี่ยมลออภักดิ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, kritnatng9@gmail.com

<sup>2</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, mailto:pranee\_eam@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์แบดมินตัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีและทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมร้านค้าปลีก ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้ทำวิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งวิเคราะห์การแบ่งกลุ่ม Cluster โดย K-Mean และหา Chi-Square วิเคราะห์โดยเครื่องมือที่ใช้ การแบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis) คือ K-Mean แบ่งลูกค้าได้เป็น 3 กลุ่ม โดยให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มที่ 1 “บริการดี ราคาเหมาะสม” กลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และมีทัศนคติที่ดีที่สุด ด้านการให้บริการลูกค้าที่เป็นมิตร กลุ่มที่ 2 “ร้านค้าเดินทางง่าย พร้อมให้ข้อมูลคนสนใจ” กลุ่มนี้มีพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยให้ข้อมูลสินค้าแก่ผู้ที่สนใจ และมีทัศนคติที่ดีที่สุด ด้านทำเลที่ตั้ง สำหรับร้านค้าที่เดินทางได้สะดวก และ กลุ่มที่ 3 “เล่นประจำ ขอทดลองก่อนซื้อ” กลุ่มนี้ให้ความสำคัญด้านตระหนักถึงปัญหา ซื้ออุปกรณ์แบดมินตันเพราะใช้เล่นเป็นงานอดิเรก และมีทัศนคติที่ดีที่สุด ด้านบริการลูกค้า สำหรับร้านค้าที่ให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

คำสำคัญ: ทัศนคติ, ส่วนประสมร้านค้าปลีก, กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT

This research was divided into Customer Segmentation according to the decision making process of badminton equipment in Surat Thani and attitude towards the Retailing mix. The purpose is study the Retailing mix. Study the buying decision process and collected data from 400 questionnaires. The data analyzed was using Cluster analysis for make customer segmentation by K-Mean method divided into 3 groups. Group 1 “Good service and good price” in this group the most agree is the decision to buy about the price is reasonable and the best attitude about customer service is friendly in this group. Group 2 “Comfortable travel and information for people interested” in this group the most agree is the behavior after purchase to inform product to people that interested and the best attitude about Location is comfortable in this group. Group 3 “Play for hobby and experiment before buying” in this group the most agree is awareness issues about buy badminton equipment for play in hobby and the best attitude about retailing mix is Customer service for experiment before buying.

**Keywords:** Attitude, Retailing mix, Decision making process



## 1. บทนำ

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นหนึ่งจังหวัดที่มีการเติบโตด้านธุรกิจกีฬาแบดมินตัน ในช่วง 3 ปีมานี้ ได้มีร้านค้าอุปกรณ์แบดมินตันเปิดใหม่เพิ่มมากขึ้น 5 ร้าน ด้วยกัน ปัจจุบัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์แบดมินตัน อยู่ 9 ร้าน ทำให้ธุรกิจร้านค้าอุปกรณ์แบดมินตันมีการแข่งขันภายในจังหวัดที่สูง โดยร้านค้าที่มียอดขายดีที่สุดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ ร้านหน้าธาร ตั้งอยู่ที่อำเภอเกาะสมุย และอันดับที่สอง คือ ร้าน สุราษฎร์ธานี สรรพสินค้า อันดับ สาม มียอดขายเท่ากัน คือ ร้าน NG9 SPORT และร้านปิ่นสุภา (การสอบถามเจ้าของร้านค้าปลีก, 2560) และอีกกว่า 6 ร้านค้า

เนื่องจากร้านค้าอุปกรณ์แบดมินตันเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการเติบโตและมีการแข่งขัน เนื่องจากร้านค้าปลีกที่อยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเลือกซื้อสินค้าสำหรับผู้บริโภคจึงหาซื้อได้ง่าย ทำให้มีการแข่งขันแย่งชิงยอดขายในตลาด แย่งชิงลูกค้า และมีส่วนประสมร้านค้าปลีกที่แตกต่างกัน มีการดำเนินดูแลธุรกิจที่แตกต่างกัน กลยุทธ์ต่างๆในธุรกิจ โดยพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมร้านค้าปลีกก็มีความแตกต่างกัน อีกทั้งผู้ประกอบการไม่สามารถแบ่งแยกลูกค้าเป็นกลุ่มหรือลักษณะพิเศษได้ ทำให้ผู้ประกอบการเสียข้อได้เปรียบทางธุรกิจ หากทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและปัจจัยสำคัญส่วนประสมร้านค้าปลีกที่ลูกค้า พึงพอใจก็จะสามารถสร้างยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยครั้งนี้สามารถนำข้อมูลไปปรับใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจกิจการของผู้ประกอบการ เพื่อสามารถจัดการส่วนประสมร้านค้าปลีกของร้านค้าอุปกรณ์แบดมินตัน และบริหารร้านค้าปลีกได้ดียิ่งขึ้น รู้จักกลุ่มลูกค้าของร้านค้าปลีกมากยิ่งขึ้น ทั้งเป็นแนวทางพัฒนาการจัดการสินค้าภายในร้าน และลูกค้าภายในร้านรวม ไปถึงคู่ค้าที่ทำธุรกิจอีกด้วย เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันการตลาดมากขึ้นของร้านค้าอุปกรณ์แบดมินตัน

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมร้านค้าปลีกร้านอุปกรณ์แบดมินตันใน จังหวัด สุราษฎร์ธานี โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ใช้บริการ ร้านค้าจำหน่ายอุปกรณ์แบดมินตัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกระบวนการตัดสินใจซื้อและทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีก

## 3. การดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์แบดมินตัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้รูปแบบการวิเคราะห์ โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบสำรวจ (Exploratory research)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยจะศึกษาจาก ลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์ซื้ออุปกรณ์แบดมินตัน ทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถทราบถึงจำนวนประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่แน่นอนได้ จึงต้องคำนวณโดยใช้สูตรของคอคแกรน (Cochran, 1977) ได้จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง 400 คน



การวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งหมด 400 ชุด จากการเก็บแบบสอบถาม จะนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแต่ละส่วน จำนวน 30 ชุดและนำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การแบ่งกลุ่ม (Cluster Analysis) ด้วยวิธี K-Means วิธี One-Way ANOVA และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทดสอบแบบ Chi-Square test

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-Stage sampling) โดยขอบเขตของการสุ่มตัวอย่างในวิจัยนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคแบบมินิมัล ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเขตที่มีร้านค้าจำหน่ายอุปโภคบริโภคแบบมินิมัล มีทั้งหมด 4 อำเภอ 9 ร้านค้า

จำนวนร้าน	ร้านค้า	อำเภอ
4	NG9 SPORT, ร้าน วันอรุณ, ร้าน สุราษฎร์สรรพสินค้า, ร้าน สุราษฎร์ สปอร์ต	เมือง
1	ร้าน ทำข้าม	พุนพิน
2	ร้าน สวนสุข แคมมินตัน, ร้าน พี่หนึ่ง	ไชยา
2	ร้าน หน้าธร แคมมินตัน, ร้าน ปิ่นสุภา	เกาะสมุย

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอพุนพิน อำเภอไชยา อำเภอเกาะสมุย

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ทำการสุ่มร้านค้าภายในอำเภอทั้ง 4 อำเภอโดยจะแบ่งสัดส่วนในการเก็บข้อมูลเท่ากัน โดยผู้วิจัยจะแบ่งอำเภอละ 100 ตัวอย่าง เพื่อกระจายการสุ่มตัวอย่างที่เท่ากัน

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการหน้าร้านค้าอุปโภคบริโภคแบบมินิมัล

#### 4. ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย ทศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ จากการวิจัยสามารถสรุปการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี ส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีกจำหน่ายอุปโภคบริโภคแบบมินิมัล จังหวัด สุราษฎร์ธานี

ด้านทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีกจำหน่ายอุปโภคบริโภคแบบมินิมัล นั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ความพึงพอใจมาก รายละเอียดดังนี้ ด้านทำเลที่ตั้ง มีระดับความพึงพอใจมาก โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องร้านค้าตั้งอยู่ในพื้นที่เดินทางได้สะดวก มากที่สุด ด้านคัดสรรสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องร้านค้ามีประเภทสินค้าตรงตามความต้องการ มากที่สุด ด้านบริหารราคา อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่อง สินค้าลดราคาตามเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ มากที่สุด ด้านออกแบบร้านค้าและจัดวางสินค้า อยู่



ในระดับความพึงพอใจมาก โดยผู้บริ โภคให้ความสำคัญเรื่อง ร้านค้าจัดเตรียมสถานที่อำนวยความสะดวกต่อการซื้อ มากที่สุด ด้านบริการลูกค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยผู้บริ โภคให้ความสำคัญเรื่อง พนักงานบริการอย่าง เป็นมิตร มากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์แบดมินตัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี

ด้านความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์แบดมินตัน นั้นโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น เห็นด้วย รายละเอียดมีดังนี้ ด้านตระหนักถึงปัญหา มีระดับความคิดเห็นว่า เห็นด้วย โดยส่วนใหญ่ผู้บริ โภคซื้อ อุปกรณ์แบดมินตันเพื่อนำไปเล่นกีฬาเป็นงานอดิเรก ด้านค้นหาข้อมูล มีระดับความคิดเห็นว่า เห็นด้วย โดยส่วนใหญ่ ผู้บริ โภคค้นข้อมูลอุปกรณ์แบดมินตันผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านประเมินผลข้อมูล มีระดับความคิดเห็นว่า เห็นด้วย โดย ส่วนใหญ่ซื้อเสียงของร้านค้า มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริ โภค ด้านการตัดสินใจซื้อ มีระดับความคิดเห็นว่า เห็นด้วย โดยส่วนใหญ่ผู้บริ โภคจะตัดสินใจซื้อเพราะตรงกับความชอบส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ อยู่ในระดับ ความคิดเห็นว่า เห็นด้วย โดยผู้บริ โภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับสินค้าที่ได้คุณภาพตามต้องการ

ส่วนที่ 4 การศึกษาการแบ่งกลุ่มลูกค้าร้านค้าจำหน่ายอุปกรณ์แบดมินตันค้าปลีก จังหวัด สุราษฎร์ธานี

กลุ่มที่ 1 บริการดี ราคาเหมาะสม กลุ่มนี้ พบว่ามีอายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รายได้ 20,001-30,000 บาท กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มนี้ ให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด และพนักงานในร้านบริการอย่างเป็นมิตร โดยกลุ่มนี้ซื้ออุปกรณ์แบดมินตันเพราะใช้เล่นเป็นงานอดิเรก จะ สอบถามข้อมูลสินค้าจากคนใกล้ชิด ประเมินผลการซื้อจากการให้บริการของพนักงานอย่างเป็นมิตร และมีความ พึงพอใจกับสินค้าที่ได้คุณภาพ ในด้านทำเลที่ตั้ง จะชอบร้านค้าที่อยู่ในเส้นทางเดินทางสะดวก ชอบสินค้ามีคุณภาพ ทันสมัย และร้านค้าตั้งราคาที่เหมาะสม และมีการจัดวางประเภทสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่

กลุ่มที่ 2 ร้านค้าเดินทางง่าย พร้อมให้ข้อมูลน่าสนใจ กลุ่มนี้ พบว่ามีอายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพ ธุรกิจ ส่วนตัว รายได้ 20,001-30,000 บาท กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มนี้ ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่เดินทางได้ สะดวก พร้อมทั้งยินดีให้ข้อมูลคนที่สนใจซื้ออุปกรณ์แบดมินตันมากที่สุด โดยกลุ่มนี้ซื้ออุปกรณ์แบดมินตันเพื่อ ป้องกันการบาดเจ็บ จะสอบถามข้อมูลสินค้าจากคนใกล้ชิด และประเมินผลการซื้อจากการจัดวางของร้านค้า ตัดสินใจซื้อเพราะตรงกับความชอบส่วนตัว ในด้านทำเลที่ตั้ง จะชอบร้านค้าที่อยู่ในเส้นทางเดินทางสะดวก ชอบ ร้านค้าที่รับประกันคุณภาพของสินค้า ชอบร้านค้าที่ลดราคา และมีบริการส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์

กลุ่มที่ 3 เล่นประจำ ขอดทดลองก่อนซื้อ กลุ่มนี้ พบว่ามีอายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รายได้ 20,001-30,000 บาท กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มนี้ ให้ความสำคัญกับร้านที่มีบริการทดลองสินค้าก่อนซื้อ และ จะซื้อสินค้าเพราะเล่นประจำเป็นงานอดิเรกมากที่สุด จะศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ประเมินผลการซื้อจากชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือ ตัดสินใจซื้อเพราะตรงกับความชอบส่วนตัว และมีความพอใจกับสินค้าที่ได้คุณภาพ ในด้านทำเล ที่ตั้ง จะชอบร้านค้าที่มีที่จอดรถ ชอบร้านค้าที่มีสินค้าที่ต้องการ และชอบร้านค้าที่ลดราคา และร้านค้าจัดเตรียม สถานที่อำนวยความสะดวก

## 5. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ทำให้พบความสอดคล้องกับงานวิจัยอ้างและทฤษฎีดังนี้

ผลการศึกษาด้านส่วนประสมร้านค้าปลีก พบว่ามีความสอดคล้อง งานวิจัย นัฐพร รัตนอร่าม (2558) ที่ พบว่า ส่วนประสมร้านค้าปลีกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริ โภค โดยผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับ



ส่วนประสมร้านค้าปลีก ในด้านต่างๆ เพื่อธุรกิจจะดำเนินต่อไป และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมร้านค้าปลีกต่อไปเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และมีความสอดคล้องกับ งานวิจัย ปีทอมวรรณ เกื้อ โภทเดช (2554) ที่พบว่า ส่วนประสมร้านค้าปลีก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคัดสรรสินค้า ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัย วิภาค สุภาราญ และ บุญกร จารุวิชราชนากุล (2557) พบว่า การออกแบบหรือตกแต่งร้านค้าปลีก เป็นหนึ่งในการยกระดับร้านค้าได้ ทั้งนี้การออกแบบและตกแต่งร้านค้าปลีกควรศึกษาวิเคราะห์กิจการและกลยุทธ์เสียก่อน และดำเนินการอย่างเหมาะสมและสอดคล้อง เพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการศึกษาด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิด Kotler (2016) และสอดคล้องกับงานวิจัย สุขสันต์ สุสันต์ (2554) และสอดคล้องกับงานวิจัย ไตรรงค์ ทองหัตถา (2559) ที่พบว่าในด้านตระหนักถึงปัญหา ด้านค้นหาข้อมูล ด้านประเมินผลข้อมูล และด้านตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญ มีเพียงด้านพฤติกรรมหลังการซื้อที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

## 6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงการตลาด

1. เจ้าของกิจการ ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้า ที่ได้ทำการแบ่งกลุ่มไว้ทั้ง 3 กลุ่ม ที่มีกระบวนการตัดสินใจซื้อและทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีกที่แตกต่างกันออกไป
2. เจ้าของกิจการ ควรพัฒนาด้านบริการลูกค้า เนื่องจากทั้ง 3 กลุ่ม ด้านบริการลูกค้า เรื่องของบริการรับบัตรเครดิต ได้ค่าน้อยที่สุด ทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อเป็นการพัฒนาส่วนประสมร้านค้าปลีก ของร้านจำหน่ายอุปกรณ์แบบมินตัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

สำหรับผู้ที่สนใจที่จะศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ อุปกรณ์แบบมินตัน จังหวัด สุราษฎร์ธานี และทัศนคติต่อส่วนประสมร้านค้าปลีก ที่มีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็น ดังต่อไปนี้

1. การศึกษารั้งต่อไป ผู้ทำการวิจัยควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสัมภาษณ์กลุ่ม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ข้อมูลเชิงลึกและรายละเอียดกว่าข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนั้นในด้านการนำมาปรับใช้จะได้ผลที่ดีกว่า
2. การศึกษารั้งต่อไป ผู้ทำการวิจัยควรทำการศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์แบบมินตัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจและใช้วางแผนกลยุทธ์ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมลอมอกักดี อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้ความกรุณา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหาจนสอดคล้องในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ ประธานกรรมการสอบและคณะกรรมการ ในการแนะนำให้งานวิจัยค้นคว้าอิสระให้ออกมาสมบูรณ์



## เอกสารอ้างอิง

- ไตรรงค์ ทองหัตถา (2559). ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของ  
คนในเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- นัฐฐาพร รัตนอร่าม (2558). ส่วนประสมร้านค้าปลีกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของสินค้าร้านค้าปลีกแบบ  
ดั้งเดิม(โชห่วย) ของบริโภค กรณีศึกษา ร้านเซ่งฮะ ในชุมชนตลาดคลอง 16 จังหวัดฉะเชิงเทรา.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ปัทมวรรณ เกื้อ โทมเดช (2554). การศึกษาส่วนประสมการค้าปลีกของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลที่มี  
ความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วิภาค สุภาราญ และ บุษกร จารุชิราชนากุล (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมร้านค้าปลีกกับการ  
ตัดสินใจเลือกร้านค้าเคมีเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในจังหวัดชัยนาท. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- สุขสันต์ สุสันต์. (2554). ศึกษาการรับรู้การสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจซื้อกล้อง Cannon 1100D ของ  
ผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- Kotler,P. 2016. *Principles of Marketing*. 15<sup>th</sup> Global ed.